

**L'intervista**

Marina Timoteo
(AlmaLaurea):
la signora Marco Polo

5

**Scenari**

Meno fallimenti,
ma le crisi aziendali
peseranno ancora

9

**Food valley**

Dopo l'allarme Oms
sulle carni rosse,
è boom per quelle bio

13

CORRIERE IMPRESE

EMILIA-ROMAGNA

UOMINI, AZIENDE, TERRITORI

**L'analisi**

Biomedicale, rivoluzione di un cluster

di **Franco Mosconi**

A pochi mesi di distanza dall'integrazione fra l'italiana Sorin e la texana Cyberonics, un altro importante accordo transfrontaliero sta interessando il distretto del biomedicale di Mirandola. È, infatti, del 1° febbraio la notizia dell'acquisizione di Belco da parte di Medtronic: la prima è la nota azienda mirandolese, che faceva capo al fondo Charme della famiglia Montezemolo, all'avanguardia nelle soluzioni per il trattamento di emodialisi; la seconda, con sede a Dublino, è tra le più grandi aziende al mondo del settore biomedicale. Di più: Medtronic — come ha dichiarato il presidente e ad di Medtronic Italia, Luciano Frattini — «in seguito alla recente acquisizione di Covidien, è già presente nell'area di Mirandola con una propria unità produttiva». Sono tutti illuminanti esempi della metamorfosi in atto nel sistema economico emiliano-romagnolo e, in primis, nella sua industria manifatturiera di qualità, che è la più esposta ai venti della competizione globale. Una metamorfosi che possiamo leggere sotto una duplice prospettiva. Primo: cambiano, al loro interno, i distretti industriali (o i «cluster» che dir si voglia), nel senso che mediante appropriate strategie di crescita alcune aziende conquistano sul campo una vera e propria leadership all'insegna dell'internazionalizzazione.

continua a pagina 15

Primo piano

Guinness
Grazie al crowdfunding mille musicisti lo scorso luglio si sono radunati a Cesena per suonare «Learn to fly» dei Foo Fighters (ph. Viviana Vitale)

Una **folla** di investitori

In regione spopola il crowdfunding: già 8 le piattaforme per la colletta virtuale
Nel 2015 sono stati raccolti quasi 800.000 euro che hanno finanziato 195 iniziative
Pais (Cattolica): «La gente si rivolgerebbe alle banche se l'accesso al credito fosse più facile». I casi da manuale di Rockin' 1000 e Noi siamo il Parma

L'intervento

La cultura è un'impresa
Dà lavoro a 80.000 addetti
e vale 32 milioni di euro

di **Massimo Mezzetti**

In questi ultimi anni, in Emilia-Romagna abbiamo lavorato nel diffondere la consapevolezza che cultura e creatività costituiscono una risorsa imprescindibile per la costruzione di un'identità e di uno sviluppo economico e occupazionale territoriale rivolti al futuro. Quasi 80.000 addetti e oltre 30.000 imprese regionali in ambito culturale-creativo, rappresentano il 5% del nostro Pil. Numeri che fanno dire che cultura e impresa non sono mondi separati e che, il «Made in Italy», non è il semplice

marchio di qualità di un manufatto. Ciò che ne determina la forza è infatti il suo contenuto emozionale, fatto della storia e della cultura (nell'incontro fra tradizione e innovazione) del nostro Paese, incarnate nel prodotto finito.

Questo impegno ha fatto maturare le condizioni affinché oggi sia possibile dire di essere l'unica regione in Italia ad aver incrementato dallo scorso anno i fondi destinati alla cultura. I dati parlano chiaro: dai 18,6 milioni di euro del 2014 siamo passati a 27,8 milioni di euro nel 2015 e a quasi 32 milioni nel bilancio di previsione del 2016. Questo aumento, di quasi il 100%, ha confermato l'obiettivo del programma di mandato di triplicare il bilancio della cultura nel corso della legislatura, così come si era impegnato a fare il presidente Bonaccini a inizio mandato.

continua a pagina 15

Cashmere

global store

FACTORY OUTLET

Cains Moore
Della Rovere
SALDI SUI SALDI
dal 5 gennaio al 5 marzo

Longastrino di Argenta (FE) Montaletto di Cervia (RA) One Gallery Outlet (RSM) Bologna (BO)	Via Molinetto n.40/B Via dell'Industria n.5 Via Tre Settembre n.3 Via San Donato n.180	T. 0532 313033 T. 0544 964529 T. 0549 993711 T. 051 518369
--	---	---

www.cashmereglobalstore.it

PRIMO PIANO

Nel 2015 sono stati raccolti quasi 800.000 euro per sostenere 195 progetti. Siamo la regione più vivace dopo la Lombardia

Prestiti addio, sulla via Emilia adesso c'è il **crowdfunding**

Cos'è

- Il **crowdfunding** è una pratica di microfinanziamento dal basso che mobilita tante persone per sostenere dei progetti imprenditoriali o delle iniziative solidali
- Il **crowdfunding per ricompensa** prevede per l'investitore una remunerazione commisurata con il contributo

- Il **crowdfunding civico** vede un numero crescente di soggetti istituzionali (comuni, enti provinciali, municipalità...) che lo usano per finanziare opere pubbliche e attività di restauro del tessuto urbano

- L'**equity crowdfunding** si verifica quando, tramite l'investimento on-line si acquista un titolo di partecipazione in una società: in tal caso, la ricompensa per il finanziamento è rappresentata dal complesso di diritti patrimoniali e amministrativi che derivano dalla partecipazione nell'impresa

di **Francesca Candioli**

Un tempo la colletta si faceva di casa in casa, ora invece si fa sempre più on line. Basta presentare un buon progetto, cercare un portale web disposto a ospitarlo e convincere quanti più sconosciuti possibili a sostenerlo economicamente. In una parola «crowdfunding»: il fenomeno dei finanziamenti collettivi via internet, arrivato nel Bel Paese da diversi anni, ma che solo recentemente ha conquistato le attenzioni degli italiani, e in particolare degli utenti dell'Emilia-Romagna. Una delle regioni del Nord Italia, dopo la Lombardia, dove abbondano idee lanciate nella rete in cerca di donatori.

Solo nel 2015 sulla via Emilia erano attive 8 piattaforme e —



Simonelli (Eppela)
La sottoscrizione sul web è tra le selezioni professionali più meritocratiche al mondo, è un vero test di mercato

secondo i dati raccolti da *Corriere Imprese* dalle nove più conosciute — sono stati finanziati 195 progetti per un totale di 767.000 euro. «La nostra è una delle aree più interessanti per quanto riguarda questo fenomeno. Sia perché è ricca di talenti che possono trovare così lo strumento ideale per emergere; sia perché c'è una diffusa cultura della solidarietà e del reciproco aiuto», sottolinea **Agnese Agrizzi**, presidente di **Ginger**, un portale, nato nel 2013 a Bologna, dedicato alla ricerca di finanziamenti tra internauti, e che l'anno scorso ha raccolto 107.000 euro per dare vita a 28 iniziative regionali partite dalla sua piattaforma.

Ma i numeri di questa nuova moda on the net sono destinati ad aumentare, ovunque. Da Nord a Sud — stando alla ricerca «Il crowdfunding in Italia - Report 2015», realizzata dalla **Cattolica** di Milano — solo l'anno scorso il valore dei progetti diventati possibili grazie a questa opportunità di finanziamento ammontava a 56,8 milioni di euro, l'85% in più rispetto al 2014. Un dato legato al fatto che oggi i cittadini, se

Così in regione

EPPELA

PROGETTI ATTIVATI



FINANZIAMENTI RACCOLTI



BECROWDY

PROGETTI ATTIVATI



FINANZIAMENTI RACCOLTI



SIAMOSOCI

È una piattaforma sempre di crowdfunding ma che ospita startup che la gente deve decidere se sostenere

PROGETTI ATTIVATI



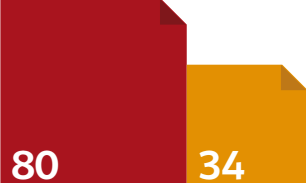
FINANZIAMENTI RACCOLTI



Nel 2015 ancora nonostante ci siano 7 startup che aspettano di essere sostenute

PRODUZIONI DAL BASSO

PROGETTI ATTIVATI



FINANZIAMENTI RACCOLTI



GINGER

PROGETTI ATTIVATI



FINANZIAMENTI RACCOLTI

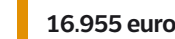


COM-UNITY

PROGETTI ATTIVATI



FINANZIAMENTI RACCOLTI



KICKSTARTER

Attivo con la versione italiana dal 2015

PROGETTI ATTIVATI



FINANZIAMENTI RACCOLTI



INDIEGOGO

PROGETTI ATTIVATI



FINANZIAMENTI RACCOLTI



DEREV

FINANZIAMENTI RACCOLTI



centimetri

possono, preferiscono almeno all'inizio affidarsi a forme di sostegno alternative attraverso una delle 69 piattaforme attive lungo lo Stivale.

«Il successo di questa realtà è legato infatti anche alla crescente sfiducia nei confronti del credito bancario e alla burocrazia che impedisce di avviare un'attività di impresa in tempi rapidi», spiega **Fabio Simonelli**, partner e project manager di **Eppela**, una piattaforma online che, pur avendo sede a Lucca, è quella che nel 2015 ha raccolto, rispetto alle sue concorrenti, più finanzia-

menti indirizzati a progetti made in Emilia-Romagna: 300.000 euro per 20 idee andate in porto (+50% rispetto al 2014). «La colletta sul web è tra le selezioni professionali più meritocratiche al mondo e anche tra le più efficaci, perché attraverso la rete si verifica la validità di un prodotto come un vero e proprio test di mercato. Ed è il pubblico a giudicare se vuole finanziare o meno questo bene e permetterne lo sviluppo», continua Simonelli.

Oltre a Ginger ed Eppela, nel 2015 le idee degli emiliano-romagnoli in cerca di fondi sul

web sono passate anche da altri portali. Dai più piccoli **Com-Unity**, con sede a Modena e di proprietà dalla Banca interprovinciale spa, che l'anno scorso ha raccolto quasi 17.000 euro attraverso 36 progetti locali (+50% rispetto all'anno prima); a **BeCrowdy** di Parma che con 10 idee artistico-culturali è riuscita ad ottenere i 44.384 euro necessari a farle diventare realtà. Fino ad arrivare a **DeRev**, altra realtà napoletana dei cercatori di donatori on line, dove le campagne nostrane hanno ottenuto più di 120.000 euro (+23% sul 2014), la stessa cifra

donata dagli utenti per 34 progetti pubblicati su **Produzioni del basso**, il primo portale di crowdfunding italiano nato nel 2005. Anche sui portali esteri più famosi, come **Indiegogo** e **Kickstarter**, si registra la presenza della nostra regione con 67 idee finanziate per circa 59.000 euro.

Dietro ogni sito dedicato a questa nuova tendenza si nascondono i loro fondatori. Si tratta, sempre secondo la ricerca della Cattolica, soprattutto di uomini sotto i 40 anni, laureati e con una formazione economica o ingegneristica, che svolgono spesso anche un'altra professione. In genere, per sostenersi, trattengono una percentuale, come fa Eppela, su ogni progetto che riesce ad ottenere i fondi richiesti. Oppure, come fa Ginger, ci si dota di un team di consulenti per offrire anche altri servizi. «Ab-



Agrizzi (Ginger)
Abbiamo creato un network di persone che possono affiancare i clienti nella creazione di una campagna

biamo creato un network di persone che possono affiancare i clienti nella creazione di una campagna: dal videomaker fino al social media manager. Ci occupiamo inoltre di realizzare piattaforme di raccolta fondi dedicate a specifici progetti, senza limitarci alla fornitura del software, ma affiancando l'ideatore passo per passo» continua Agrizzi. E proprio grazie al servizio **Kick-Er di Aster** (realizzato con Ginger) la borsa **File Bag** dell'azienda **Regenesi** è ora sulla piattaforma Kickstarter. Ma secondo Agrizzi molto spesso le persone sono convinte che basti caricare una ricerca di finanziamenti su un sito ad hoc per ottenere subito del denaro.

Non funziona così. «Gli ostacoli principali sono l'inesperienza dei progettisti e la loro sottovalutazione delle potenzialità del finanziamento dal basso. Il crowdfunding non è un gioco ma un'esperienza professionale — aggiunge Simonelli — Può rappresentare un felice avvio d'impresa se affrontato con le mosse giuste, come serietà e cura di ogni dettaglio».

«La gente si ingegna perché le banche danno poco credito»

Pais (Cattolica): «Ma questo tipo di colletta resta un finanziamento complementare»

Chi è



Ivana Pais, professoressa associata di Sociologia economica nella facoltà di Economia dell'Università Cattolica. Ha curato la ricerca «Il crowdfunding in Italia-Report 2015»

Solo un'idea su cinque ce la fa a sbarcare online, ma una volta messa in rete il crowdfunding non basta a trasformarla in realtà. «Non è sufficiente avere un progetto vincente o un team ben avviato. Raccogliere fondi sul web è solo una parte del lavoro e non l'alternativa a un prestito mancato». Ad analizzare tutti gli aspetti di questo fenomeno, che da pochi anni inizia a far parlare di sé anche in Italia, c'è Ivana Pais, la professoressa di sociologia economica che ha coordinato la ricerca della Cattolica di Milano sull'argomento.

Solo nel 2015 i progetti finanziati dalle piattaforme italiane sono aumentati dell'85%, come mai questo boom?

«In Italia nel 2005, quando ancora non esistevano i portali internazionali, siamo stati noi i pionieri del trovare fondi su internet con l'esperienza milanese di Produzioni dal basso. Poi sono nati i grandi come Kickstarter e Indiegogo, e gli italiani si sono adeguati ai loro modelli. Ma in un periodo come questo, in cui si parla

tanto di sharing economy e tutto ciò che è sostenibile piace di più, si pensa spesso al crowdfunding. Specie in un momento di crisi come questo, dove spesso mancano i fondi iniziali, necessari anche solo per partire».

I cittadini che scelgono questa strada sono influenzati dalla sfiducia generale nei confronti dei tradizionali sistemi di finanziamento?

«Più che di sfiducia parlerei di difficoltà di accesso al credito. Se ottenere un aiuto economico fosse più facile, sicuramente molte persone, prima di pensare alla colletta online, passerebbero prima dalle banche. Invece spesso avviene il contrario: quando un'idea acquista credibilità sul web, chi all'inizio ti negava un sostegno poi te lo dà. Il crowdfunding però da solo non basta, deve essere visto come una modalità di finanziamento complementare che funziona meglio quando hai anche altri aiuti per sostenerti».

Chi sono gli habitués del fare colletta?

«Anche se la cosa può sembrare insolita, la maggior parte di chi ha a che fare con il

crowdfunding non è nativa digitale. I donatori soprattutto hanno un'età più avanzata. Su di loro pesa molto il digital divide: finanzia solo chi è abituato all'e-commerce e a fare pagamenti on line. Mentre pure chi cerca fondi sul web per le proprie idee non è detto che debba essere under 30. Rispetto all'estero abbiamo meno giovani imprenditori sulle nostre piattaforme, questi preferiscono appoggiarsi ai portali internazionali dove si trovano più sostenitori. Abbiamo invece più utenti interessati a progetti socio-culturali».

Quali sono gli aspetti negativi del fare crowdfunding oggi in Italia?

«In Italia abbiamo troppe piattaforme: 69 attive e 13 in fase di lancio, oltre a un significativo tasso di mortalità. Molte di queste nascono e muoiono nel giro di poco tempo. Il 67% dei loro gestori svolge infatti anche altre attività professionali e non riesce a stare dietro a tutto. Come per le startup, a volte per partire bastano pochi capitali, ma poi si finisce per non raggiungere i risultati sperati. Mentre agli utenti, invece, manca la cultura della donazione. Non c'è ancora l'idea che chi finanzia si assume un rischio e non



Approccio
Agli utenti manca la cultura della donazione. Non c'è ancora l'idea che chi finanzia si assume un rischio e non sta comprando un prodotto

Così in Italia

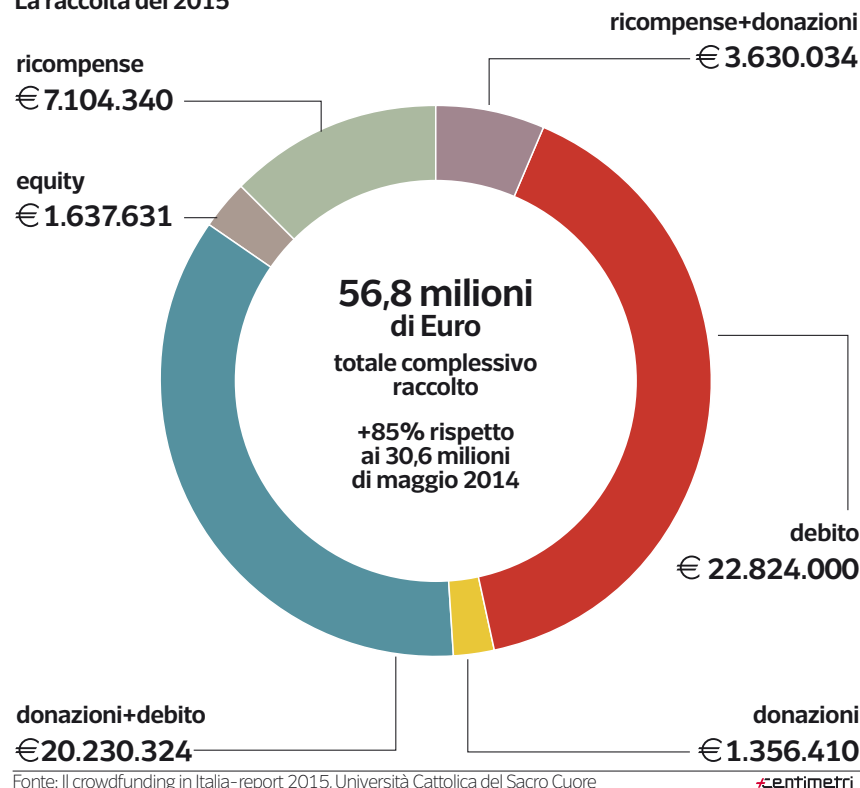
La raccolta del 2015

ricompense
€ 7.104.340

equity
€ 1.637.631

donazioni+debito
€ 20.230.324

Fonte: Il crowdfunding in Italia-report 2015, Università Cattolica del Sacro Cuore



sta comprando un prodotto»
C'è il rischio che ora si tenti di raccogliere soldi online per qualsiasi cosa?

«Le truffe in questo settore sono praticamente assenti. Quando l'obiettivo è solo ottenere dei finanziamenti facili, le cose non funzionano e il progetto fallisce. Non basta mettere online un'idea, i soldi non piovono dal cielo. Se si cerca solo un sostegno economico allora è più semplice accedere ad altre forme di aiuto economico».

Perché allora moltissime persone si avvalgono di questo sistema?

«Ha senso fare crowdfunding quando si vuole creare

una community e raccogliere tanti piccoli sostenitori attorno ad un obiettivo. Per riuscirci però ci vuole tanto lavoro. L'Italia ha le proprie specificità e alcuni portali nostrani se ne stanno accorgendo. Ad esempio qui vanno molto di più i progetti socio-culturali legati al territorio che necessitano, anche attraverso la stessa piattaforma, di maggiore diffusione sul web per essere notati. Così se un'idea acquista credibilità online, il sito per le collette online italiane cercherà di spingerla più di altre, curandone, come avviene in alcuni casi, la comunicazione».

F. C.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il caso 1

«A ogni donazione un premio»

E i Foo Fighters hanno risposto con il live di Cesena

Era il 26 luglio scorso quando 1.000 musicisti si riunirono a Cesena per suonare collettivamente «Learn to fly» dei Foo Fighters. La richiesta era solo una: convincere con questa performance la nota band a fare tappa in Romagna. E, qualche mese più tardi, ci sono riusciti. Il 3 novembre i musicisti più attesi in regione aprivano proprio da Cesena il loro tour. Ma dietro le quinte di quest'impresa targata Rockin'1000 c'era lui, Fabio Zaffagnini e il suo progetto di crowdfunding lanciato su Ginger, con cui ha raccolto gli oltre 40.000 euro.

Perché ha pensato di cercare fondi e donatori sul web?

«Ci piaceva molto l'idea di coinvolgere le persone che amano la musica in un'idea unica e un bel po' folle. Tutto questo per mettere in piedi un tributo ai Foo Fighters che è stato anche e soprattutto un tributo alla musica. A volte le regole del mercato si possono scardinare, se ad esprimere un desiderio è il pubblico. Il crowdfunding si presta a questa tipologia di idee, consente a tutti di sentirsi parte attiva di un progetto».

Non ha mai considerato di chiedere un finanziamento in banca?

«Non volevamo che restasse un sogno di pochi. Ogni idea ha le sue caratteristiche, non esiste una formula corretta per tutti. Alcuni progetti sono più adatti ad un unico sponsor e/o ad un main sponsor. Altri necessitano di una base di so-



Rocker Fabio Zaffagnini

stenitori, il più ampia possibile, come per la performance del 26 luglio. E in questo, il crowdfunding è lo strumento ideale perché punta su tanti che ci credono a differenza delle sponsorizzazioni tradizionali che si basano sul 'pochi ma consistenti'».

Come ha convinto 936 donatori a sostenervi?

«Avevamo come obiettivo 40.000 euro (alla fine ne abbiamo raccolti 44.788 euro). Di questi, circa il 50% corrispondeva a donazioni da parte di privati, mentre il restante è arrivato da sponsor tecnici, istituzioni e partner. Era possibile donare da un euro a 5.000 euro e a ogni finanziamento corrispondeva un premio. Come ad esempio un video tutorial su come realizzare una piadina a forma di chitarra. Uno dei nostri punti di forza è stato gestire il tutto con trasparenza, aggiornando chi ci sosteneva e innescando un meccanismo di contenimento dei rischi».

Il «fare colletta online» sta spopolando sempre di più. Quali sono secondo lei i rischi di questa pratica?

«Esistono tante modalità con cui raccogliere fondi online, ma è molto importante avere chiare le differenze tra i diversi modelli e affidarsi a piattaforme accreditate. Non bisogna mai dare nulla per scontato. Se non si tiene conto di tutto ciò, il rischio è investire tanto tempo ed energie per poi non raggiungere l'obiettivo».

F. C.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il caso 2

«Abbiamo riportato i tifosi in curva»

Noi siamo il Parma ha venduto 4.783 abbonamenti

Non solo progetti socio-culturali: dalle piattaforme emiliano-romagnole passa anche lo sport. È il caso di «Noi siamo il Parma», una campagna di crowdfunding nata per riportare i tifosi allo stadio Tardini e sostenere la nuova squadra locale, reduce da un'annata difficile che l'ha vista scendere di livello, dalla serie A ai dilettanti. L'iniziativa è partita dalla piattaforma Eppela, dove in due giorni sono stati venduti 4.000 abbonamenti per assistere alle varie partite della stagione 2015-2016. Tra gli ideatori della colletta per riempire gli spalti, c'è Jonathan Greci, digital marketing manager della nuova società che gestisce il team di giocatori, il Parma calcio 1913. Al cui interno è previsto anche uno spazio di minoranza chiamato «Parma Partecipazioni Calciistiche», destinato all'azionariato diffuso e che sarà rappresentato dai tifosi.

Come avete fatto a convincere 4.783 persone a comprare i vostri abbonamenti?

«La campagna ha preso il via in un momento delicato per i tifosi del Parma. La squadra era appena nata e bisognava subito mettersi al lavoro per riempire curve e tribune già dalle prime

partite. Ogni persona poteva scegliere se acquistare il proprio abbonamento su Eppela, allo stadio o nelle banche convenzionate. In molti hanno optato per il crowdfunding proprio per la facilità con cui si potevano acquistare i biglietti, anche se i prezzi erano gli stessi».

Il budget da raggiungere era 100.000 euro, voi lo avete



Supporter Jonathan Greci

raddoppiato. Come ci siete riusciti?

«Anche se la nostra non è stata una campagna di crowdfunding vera e propria, perché di fatto vendevamo solo abbonamenti e non c'era un progetto a lungo termine alla base, siamo comunque riusciti a raggiungere il nostro obiettivo. Riportare le persone allo

stadio e riavvicinarle al calcio. Su Eppela c'era infatti la possibilità, fino a fine agosto, di acquistare biglietti per tutte le tasche, dai 25 agli oltre 1.000 euro. Un'operazione aiutata da un forte desiderio di rivedere il Parma in campo, ma non ci aspettavamo di certo questi numeri».

Ma questa non è l'unica campagna che avete realizzato da quando siete nati, vero?

«Dopo il successo con gli abbonamenti, a ottobre abbiamo chiuso un'altra iniziativa, «We are Parma», nata sempre per i tifosi e lanciata su www.tifosy.com con l'obiettivo di ridare smalto al nostro team. Abbiamo raccolto 171.000 euro contro i 100.000 previsti per un totale 1.275 sostenitori. Con questo denaro una delle prime cose che faremo sarà costruire il museo del calcio al Tardini, dove tutti potranno conoscere la storia del nostro club. Ad ogni euro donato, per invogliare i cittadini a partecipare alla colletta, venivano regalate delle piccole ricompense. Dalla maglia del proprio idolo del Parma alla possibilità di passare una giornata con la squadra».

F. C.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



BERARDI

BULLONERIE dal 1919



UNA LOGISTICA
COSTRUITA
ATTORNO AL CLIENTE

SELEZIONI
100% AUTOMATIZZATE



MOLLE
LEE SPRING



KANBAN e KANBAN UP
soluzioni logistiche personalizzate



BULLONERIA
UNIFICATA



ACCESSORI
PER OLEODINAMICA
E PNEUMATICA



SOLUZIONI
ANTISVITAMENTO
VITI IMPERDIBILI
RONDELLE E DADI
NORDLOCK
VITI ANTIVANDALICHE



ARTICOLI
SPECIALI
SU SPECIFICHE
DEL CLIENTE

www.gberardi.com

SEDE
CASTEL GUELFO di BOLOGNA

FILIALI
MILANO TREVISO PADOVA
BRESCIA ANZOLA DELL' EMILIA
REGGIO EMILIA RIMINI ALTOPASCIO
FROSINONE ANCONA CASERTA BARI
RABAT (MAROCCO)

L'INTERVISTA

Marina Timoteo

La neodirettrice di AlmaLaurea è una dei massimi esperti italiani di Cina: «Mi hanno scelto perché ho imparato a gestire le situazioni complesse»



La signora Marco Polo

Chi è

Marina Timoteo, laurea in Giurisprudenza all'Università di Macerata, è la nuova direttrice di AlmaLaurea. Dal maggio 2012 all'aprile 2015 è stata membro del Consiglio di Amministrazione dell'Università di Bologna. Dal 2010 al 2012 è stata vice-preside della Facoltà di Giurisprudenza dell'Università di Bologna.

di **Marco Marozzi**

Docente di Diritto privato comparato, Diritto dei Paesi asiatici, Lingua giuridica, la professoressa Marina Timoteo è direttrice dell'Istituto Confucio, insieme alla collega cinese Xu Ying della Renmin University di Pechino. Ovvero della Cina in Italia. E viceversa. È da anni nel consiglio di amministrazione dell'Università di Bologna e nella China-Europe School of Law di Pechino, unica scuola di diritto euro-cinese. Incarichi, ricerche, pubblicazioni, accordi con atenei cinesi, incroci, insegnamenti, scambi di studenti hanno creato la «rete Timoteo». Lei è la «signora Marco Polo». «Ho imparato a entrare in dinamiche di gestione complessa. Non solo dal punto di vista della burocrazia italiana: anche di quella cinese», dice.

È stata scelta per guidare AlmaLaurea per la capacità di gestire la complessità? Il diritto per lei è comparazione che si fa incontro?

«Sono fiera di poter guidare AlmaLaurea per il prossimo triennio. Guardando lontano: e lo dico nel senso letterale del termine. Ho ricevuto, alla nomina, un impulso esplicito verso un potenziamento delle attività di internazionalizzazione del consorzio. Ci muoviamo verso l'Europa e Bruxelles, ma anche verso l'Oriente, che è la mia terra di elezione. Una terra dove AlmaLaurea sta, peraltro, già operando con diversi progetti internazionali».

Vi siete occupati di Marocco, Tunisia, Armenia. Terre complicate. Ora di Turchia e Vietnam. Paiono aprire a migliori possibilità economiche?

«Sono prevalentemente progetti su finanziamenti europei. Per migliorare la qualità dell'istruzione e l'approccio fra laureati e lavoro. In Turchia ci sono già strutture con questi obiettivi, in Vietnam le scuole in dieci anni sono raddoppiate. A livelli diversi, sono Paesi di grande dinamicità e la nostra presenza apre a nuove prospettive».

Cosa vendete, a 22 anni dalla nascita?

«La nostra principale, storica attività è l'informazione statistica di qualità, con le due indagini annuali: sul profilo dei laureati

e sulla loro condizione occupazionale a uno, tre e cinque anni dal titolo. È una fotografia ad alta risoluzione. Oggi siamo a oltre 250.000 neolaureati mappati, il 92%. Abbiamo una banca dati di 2 milioni e 200.000 nomi. Le indagini coinvolgono circa mezzo milione di ragazzi, con tassi di risposta molto elevati. Ne esce un quadro dettagliato per ogni singolo corso di studio. Su come funziona il rapporto fra offerta e domanda. Sugli sbocchi professionali».

Quattro giovani su dieci però non trovano lavoro. E anche per gli occupati le prospettive continuano a essere magre. Con tutti i soliti discorsi sull'utilità della laurea e figurati di AlmaLaurea...

«Le statistiche dicono che i laureati trovano lavoro più facilmente... o con meno fatica degli altri. L'indagine 2015 ha rilevato che a un anno dalla laurea magistrale 70 ragazzi su cento lavoravano, 66 dopo la biennale. I "magistrali a ciclo unico" (architettura, far-

zione. AlmaLaurea può porsi al centro di un crocevia dove si incontrano mondo del lavoro e della formazione».

Dopo tanti anni, non rischiate l'ennesimo carrozzone?

«Stiamo attuando un rinnovamento totale dei servizi, delle infrastrutture e delle piattaforme. Intanto sulla comunicazione. I curriculum vitae sono stati riorganizzati puntando a una maggiore essenzialità, guidando i giovani a individuare gli elementi della propria unicITÀ. Per presentarsi in modo meno dispersivo. Stiamo poi creando due vetrine: una Nazionale Eventi, con notizie dettagliate sugli appuntamenti di recruiting e orientamento al lavoro organizzati da atenei e aziende; una dei Top Employer, per presentare e dar voce alle imprese che dedicano le migliori attenzioni alle risorse umane e sono fortemente orientate alla valorizzazione dei talenti. Le due piattaforme hanno subito avuto grande successo: nel 2015 hanno visto arrivare 50.000 e 350.000 visite al mese».

Tutto piuttosto virtuale.

«Accanto alla comunicazione, lavoriamo sull'organizzazione degli eventi. Coinvolgendo le imprese. Con Recruiting/Open Day portiamo, per un giorno, direttamente nelle aziende i laureandi e i laureati con un profilo richiesto. In Emilia-Romagna, fra il 2015 e il 2016, lavoriamo con Lamborghini, Philip Morris, Datalogic, Ducati. Con AlmaLaurea Lavoro abbiamo organizzato un'esperienza nuova di career day. Non è semplicemente un palcoscenico di incontro: attraverso un modulo informativo di gestione, facilitata in maniera più mirata il marketing e l'incontro fra laureati e aziende. Al primo, in ottobre all'Eur, sono arrivati 8.000 laureati, per 4.235 colloqui one-to-one con le aziende. Questa primavera saremo a Milano e Napoli».

E le università stanno a guardare?

«Potenzieremo la piattaforma che tutti gli atenei del consorzio utilizzano, introducendo sempre più moduli ad alto valore aggiunto. Vogliamo aiutarli a gestire efficacemente, oltre al placement, gli stage, gli Alumni, gli Eventi. Aiutarle nei loro rapporti da e verso il mondo del lavoro».

Il personaggio

La storia

Con la Normale di Pisa diventano 73 gli atenei aderenti al network bolognese

La Normale di Pisa. Adesso è arrivata anche la Scuola Superiore più nota d'Italia, nome di prestigio internazionale, allievi esclusivamente in base al merito. È il settantatreesimo ateneo che aderisce ad AlmaLaurea: è un grande riconoscimento, può essere un ulteriore volano per tempi in cui la crisi spinge le ambizioni ad unirsi. Per il Consorzio Interuniversitario, nato a Bologna ventidue anni fa e che ora raccoglie il 92 per cento degli atenei italiani, il 2016 si è aperto con la possibilità di allargare ancor più la sua rete, distesa per un compito complicatissimo: mettere in contatto i laureati e mondo del lavoro. Tentare di fare incontrare domanda ed offerta. «È decisivo, tanto più in questa fase di enorme sofferenza per l'occupazione giovanile. Ed è decisivo fare sistema» dice Marina Timoteo che di AlmaLaurea è da qualche mese la direttrice. Una signora scelta per prendere il posto di Andrea Cammelli, il fondatore, il docente di statistica sociale che nel 1994 «fece l'impresa» insieme a due (allora) giovani collaboratori, Angelo Guerriero e Angelo Di Francia. Ora fra assunti e collaboratori si viaggia verso la sessantina. Rettore nel '94 era Fabio Roversi Monaco, presidente di AlmaLaurea fino a che lui e Cammelli hanno scelto di lasciare la guida alla professoressa Timoteo e a Ivano Dionigi, altro rettore che ha segnato la storia non solo di Bologna. «Ho raccolto un'eredità pesante e consapevole — dice Marina Timoteo — Un grande patrimonio da cui partire e un'attività complessa per rinnovare». «Gratitudine» e «onore» a coloro che l'hanno preceduta e la affiancano, idee determinate sul presente e il futuro. «I tempi ci chiedono di fare un salto di qualità, di entrare in maniera decisa in un'ottica di sistema, quella che tradizionalmente si ritiene cosa non italiana. AlmaLaurea vuole fare la sua parte in questa direzione». In pochi mesi un'altra giurista, dopo Giuseppina Finocchiaro alla Fondazione Monte di Bologna e Ravenna, arriva a un ruolo decisivo nell'antica Bologna. I rettori di AlmaLaurea hanno scelto Marina Timoteo per quel che ha mostrato sul campo: laureata in Giurisprudenza, prende subito il Diploma di livello B di Lingua cinese moderna presso il Beijing Language Institute di Pechino, nel 1991 quando la Cina era ancora un pianeta lontano, sconosciuto, non era di moda, figurati puntarci sopra. Da allora la professoressa è diventata un punto di riferimento indispensabile, conosciuto per tutti quelli che in Italia si occupano di Cina e in Cina di Italia ed Europa. Superando non pochi provincialismi, nella difficile comprensione di quel che succede nel Paese indicato (al di là delle contingenze attuali, fra continue innovazioni epocali) come il prossimo n.1 economico mondiale.

Ma. M.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

SCENARI

I saldi fanno il pieno: «Per la prima volta dopo la crisi non c'è flessione delle vendite»

Soddisfatti i commercianti emiliano romagnoli: il 26% indica il segno più

Chi è



● **Enrico Postacchini**, Bologna, 1958, è presidente regionale di Confcommercio e presidente dell'aeroporto Marconi di Bologna

«**R**ispetto agli ultimi anni, è la prima volta che non c'è una flessione delle vendite in questo periodo». Enrico Postacchini, presidente della Confcommercio Emilia-Romagna, è moderatamente soddisfatto dopo le prime tre settimane di saldi. L'associazione dei negozianti comincia a tirare le somme affidandosi ai dati di un'indagine condotta dal centro studi Iscom Group su un panel di 114 operatori, distribuiti tra tutti i capoluoghi e i maggiori comuni della regione.

Per due commercianti su tre il periodo dei saldi conferma o migliora l'andamento di un anno fa: nel dettaglio, il 40% degli intervistati registra una stabilità delle vendite rispetto allo stesso periodo del 2015 e il 26,5% una crescita, che nella maggior parte dei casi è a due cifre. Rispetto al 2013, è triplicato il numero di chi migliora gli incassi dell'anno precedente durante i sal-

di: tre anni fa, infatti, solo l'8% dei negozianti parlava di un aumento degli introiti.

La spesa media pro capite dei clienti è di 93 euro. Un dato in linea con gli scorsi anni, che però è frutto di una distribuzione tra i consumatori molto differente rispetto al 2015. Cresce la percentuale di persone che spendono tra i 50 e i 200 euro: sono il 72% dei clienti totali. L'anno scorso, solo il 19% spendeva una cifra compresa tra questi due estremi, mentre due acquirenti su tre lasciavano nei negozi meno di 50 euro. Dall'altro lato cala la percentuale di chi estrae dal portafoglio più di 200 euro: solo il 2% dei consumatori quest'anno, mentre l'anno scorso erano il 14%. Crescono gli operatori che si servono di strategie di comunicazione prima dei saldi: erano il 36% nel 2015, ora sono il 43%.

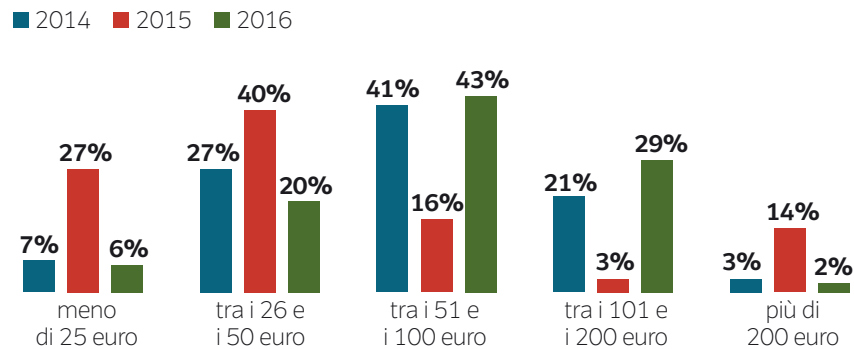
Se da un lato non ci sono le contrazioni della spesa registrate nel corso degli ultimi anni, un negoziante su tre continua a veder calare i

Lo studio

Comportamenti di acquisto (Risposte multiple)

Il cliente è attento al prezzo	52%
Compra lo stretto necessario	41%
Compra quasi esclusivamente nei saldi	14%
Verifica il prezzo scontato	10%

Fascia di spesa media pro-capite - Confronto 2014/2015/2016



Fonte: Iscom Group - Indagine Congiuntura Flash Saldi invernali 2016

centimetri

suoi introiti. E se è vero, come afferma Postacchini, che «i commercianti che hanno subito perdite pesanti sono meno del 10% degli intervistati», resta comunque un segnale di come le difficoltà non siano ancora state completamente superate. È lo stesso presidente della Confcommercio regionale a sottolinearlo: «C'è un modera-

to ottimismo rispetto alle previsioni, il dato tiene. Ma nel corso di tutto il 2016 le nostre spie parlano di una leggera crescita dei consumi che dovrebbe rimanere inferiore all'1%. È chiaro, quindi, che non si può ancora parlare di ripresa. C'è invece una tenuta dopo cali vertiginosi». Cali che non riguardano solo gli scorsi sal-

di, ma anche mesi più recenti: «I dati di gennaio sono buoni, così come erano buoni quelli di dicembre, ma a novembre le vendite del comparto moda avevano fatto registrare un segno fortemente negativo. Colpa delle temperature particolarmente calde che hanno caratterizzato questo autunno. Ora stiamo lavorando in recupero sul dato di novembre e, in generale, si può parlare di una sostanziale stabilità».

Le stagioni, in effetti, stanno cambiando e l'inverno inizia sempre più tardi. Per questa ragione oltre due terzi degli intervistati sono favorevoli a posticipare a fine mese l'inizio dei saldi, in modo da poter affrontare gennaio a prezzi pieni e incrementare le entrate. «La posizione nostra e di Federmoda va in questa direzione — conferma Postacchini —

Stagione

Oltre due terzi degli intervistati favorevoli a posticiparne l'inizio a fine mese

ma bisogna mettere mano alla legge che regola i saldi. Finché nella nostra regione le vendite promozionali sono permesse tutto l'anno, non ha senso posticipare la data di avvio. Per farlo, dobbiamo prima adeguarci alle regioni che limitano le promozionali».

Riccardo Rimondi

© RIPRODUZIONE RISERVATA

dietro ogni
innovazione
c'è un sogno.

proteggi
il tuo sogno.

Aug. 14, 1951

C. L. FENDER
GUITAR

Des. 164,227

Filed April 23, 1951



manzella + associati
brevetti, marchi, modelli

www.manzella.eu
info@manzella.eu



we
protect
dreams

SCENARI

Si fallisce un po' meno Pagamenti **puntuali**: sintomi di guarigione

L'analisi di Cribis D&B corregge in positivo alcune statistiche giudiziarie già invecchiate

Chi è



Marco Preti, da giugno 2009 è amministratore delegato di Cribis D&B, società nata dall'acquisizione del ramo italiano di D&B da parte di Crif

Le istanze di fallimento sono aumentate, in Emilia-Romagna, del 5,5% lo scorso anno, appena sotto quota 3.000. Parola del presidente della Corte d'appello di Bologna, Giuseppe Colonna — nella relazione inaugurale dell'anno giudiziario (*Corriere di Bologna* di domenica 31 gennaio). Macché: le dichiarazioni di fallimento sono diminuite del 3,6% nel 2015, passando da 1.124 a 1.084. Parola della banca dati Cribis D&B del gruppo Crif, la «multinazionale» bolognese specializzata nella business information e nelle informazioni creditizie. Non solo: l'Emilia-Romagna è la regione italiana più virtuosa nei tempi di pagamento, perché quasi la metà delle imprese, il 47,2%, rispetta il termine di scadenza; un ulteriore 44,3% contiene il ritardo entro un mese e solo l'8,5% supera i 30 giorni. Laddove a livello nazionale solo un terzo dei pagamenti (36,8%) avviene nei termini e il 14,5% va oltre il mese di ritardo.

Chi ha ragione? Osservatori e analisti, tutti alla ricerca di segnali di vitalità e ripresa del-

l'economia, producono o si imbattono in dati e statistiche all'apparenza contraddittori. Soprattutto, nei momenti di svolta i trend non sono stabilizzati e non tutti gli indicatori li percepiscono contemporaneamente. Tanto più che, come in questo caso, i dati non sono omogenei, come può sembrare a prima vista. Non sul piano temporale: le statistiche giudiziarie si riferiscono all'anno mobile luglio 2014-giugno 2015, perché i tempi di produzione non sono immediati. Non si tratta di elaborazioni automatiche e in tempo reale delle iscrizioni nelle cancellerie dei tribunali del distretto.

L'«Analisi dei fallimenti in Italia», diffusa negli stessi giorni da Cribis D&B, è invece



Preti (Cribis)

le aziende che si sono difese meglio hanno investito nella gestione del credito e nel cash management

aggiornata a fine anno, in base alle iscrizioni dei dati societari nel Registro delle imprese. Inoltre le statistiche giudiziarie fanno partire il cronometro dalle istanze di fallimento, alle quali non sempre segue la dichiarazione di fallimento vera e propria. Anzi, negli ultimi anni costituiscono spesso l'ultima sollecitazione, che induce l'impresa in crisi a proporre il concordato preventivo e le altre procedure concorsuali diverse dal fallimento (anche se peraltro in calo; si veda l'articolo in basso). Queste dinamiche sono difficilmente percepibili dalle statistiche.

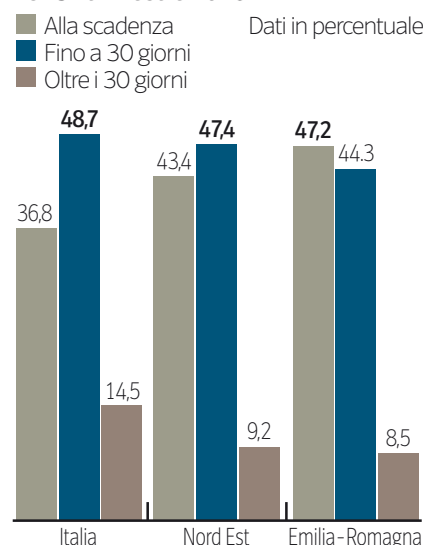
Il report di Cribis è importante perché riguarda tutta l'Italia e segnala, per la prima volta dal 2009, una tendenza generale all'arretramento dei fallimenti, calcolati in 14.416 e diminuiti del 7,6% rispetto ai 15.605 del 2014. Il rimbalzo è significativo ma non può dirsi consolidato: la situazione attuale resta più pesante del 2013 (14.269 default) e supera del 53,6% il dato di inizio crisi (9.383 nel 2009), dopo aver toccato il picco del 66,3% lo scorso anno.

A livello regionale la frenata, come si vede, è anche meno sensibile del dato nazionale, sulla spinta della Lombardia, dove i fallimenti sono diminuiti del 10,8%, da 3.379 a 3.015, un quinto del totale nazionale (rispetto al 22,1% del 2014). Di conseguenza l'Emilia-Romagna, sesta per numero di fallimenti, nonostante la diminuzione di cui si è detto ha ritoccato al rialzo il suo peso nel totale nazionale, dal 7,3 al 7,5%, un peso simile al 7,6% dei sette anni di vacche magre, dal 2009, con 6.792 fallimenti sul totale nazionale di 89.591.

Quanto alla puntualità dei

Emilia-Romagna, il paradiso dei creditori...

Tempi dei pagamenti in confronto con l'Italia e il Nordest nel 3° trimestre 2015



Fonte: Cribis D&B

pagamenti in regione, il dato è abbastanza omogeneo tra una provincia e l'altra. Va però segnalata la performance di Modena, dove la metà dei debitori rispetta la scadenza (49,8%; seguita a ruota da Forlì-Cesena, con il 49,3%) e, all'opposto, quelle di Rimini e Ravenna, dove eccedono il mese di ritardo, rispettivamente, il 10,6 e il 9,6% dei debitori. I dati sono stati elaborati sui primi tre trimestri del 2015, ma la situazione non dovrebbe essere cambiata in modo sensibile nell'ultimo trimestre. Un confronto significativo, e sempre positivo per l'Emilia-Romagna, è quello con il Nordest, dove il 43,4% delle aziende rispetta i termini di pagamento (3,8 punti in meno che in Emilia-Romagna), il 47,4% pone rimedio al ritardo entro un mese, mentre il restante 9,2% eccede

... e i fallimenti cominciano a scendere

Numero dei "default" dichiarati in confronto a Lombardia e Italia

Regioni	2015	% su tot.	2014	% su tot.	var % '15-'14
Lombardia	3.015	20,9%	3.379	22,1%	-10,8%
Emilia Romagna	1.084	7,5%	1.124	7,3%	-3,6%
Totale Italia	14.416	100%	15.605	100%	-7,6%

centimetri

i 30 giorni (rispetto al già visto 8,5%).

Gli indicatori migliorano, ma non per questo le singole aziende creditrici possono abbassare la guardia, osserva Marco Preti, amministratore delegato di Cribis D&B, che pure vede con ottimismo la concordanza dei due dati: la diminuzione dei fallimenti e la riduzione dei ritardi nei pagamenti. Da manager del settore, aggiunge che, durante la crisi, «le aziende che si sono difese meglio da fallimenti, insoluti e ritardi hanno investito nella gestione del credito e nel cash management». E se oggi è vero che «si è arrestata la crescita dei gravi ritardi che aveva caratterizzato gli scorsi anni, non dobbiamo aspettarci che si torni ai livelli pre-crisi».

Angelo Ciancarella

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Ma le **crisi** d'impresa peseranno ancora a lungo

I fallimenti (6.800 dal 2009) e i concordati preventivi congelano i crediti e li riducono al minimo

Per quanto la situazione dei fallimenti possa essere in via di miglioramento, anche in Emilia-Romagna gli effetti della crisi economica continueranno a farsi sentire a lungo, soprattutto nelle aule giudiziarie, civili ma anche penali. Lo stock di fallimenti cumulato dal 2009 è prossimo ai 6.800 casi e la loro durata è pluriennale. Inoltre la materia è soggetta a frequenti riforme negli ultimi anni, e ancora in questi giorni è sul tavolo del Consiglio dei ministri per ennesimi aggiornamenti, dopo le modifiche dell'estate scorsa, le crisi bancarie e le truffe (vere e presunte) ai risparmiatori/investitori.

Il presidente della Corte d'appello di Bologna, Giuseppe Colonna, nella relazione di apertura dell'anno giudiziario ha indicato in aumento sia le istanze di fallimento (2.987; +5,5%) sia i fallimenti dichiarati (933; +4,6%) mentre ha segnalato la sensibile diminuzione dei concordati preventivi (296; -12%) e delle esecuzioni mobiliari, cioè sui beni mobili e le somme di denaro (21.875; -22%). Stazionarie le esecuzioni immobiliari (5.103; -1,1%) che peraltro sul fronte dei creditori coinvolgono so-



Colonna
Il rilevante calo delle esecuzioni mobiliari può ben trovare la propria ragion d'essere nella loro scarsa fruttuosità

prattutto le banche. Una quota importante di fallimenti ha risvolti penali, perché lo scorso anno (in realtà, luglio 2014-giugno 2015) sono stati iscritti nei tribunali dell'Emilia-Romagna 740 procedimenti, il 21% in più dei 611 dell'anno precedente.

Gli stati di crisi delle aziende, quale che sia la procedura concorsuale adottata (dal fallimento al concordato preventivo, alla ristrutturazione del debito o all'amministrazione straordinaria) producono a lungo effetti sull'economia locale. E possono coinvolgere imprese fino a quel momento sane, o che credevano di esserlo, perché vantavano molti crediti e tolleravano i ritardi altrui, magari concedendosi qualche dilazione anche nei pagamenti propri. All'improvviso si trovano nella morsa tra crediti non riscossi e pagamenti non rinviabili (soprattutto verso le grandi imprese, che adottano rigidi criteri di gestione dei crediti commerciali o verso il fisco). E se anche queste imprese avessero percepito per tempo i rischi, o avessero a loro volta adottato strumenti di gestione del credito, potrebbero ugualmente essere trascinate nella spirale dell'insolvenza altrui. Magari hanno avviato per tempo proce-



Apertura L'inaugurazione dell'anno giudiziario il 31 gennaio scorso a Bologna

dure esecutive, sono in possesso di una sentenza o di un decreto ingiuntivo. Ma, se non hanno ancora riscosso, la procedura concorsuale blocca tutto, anche quando non si tratta di fallimento. Lo ha ammesso anche il presidente Colonna: «Il rilevante calo delle esecuzioni mobiliari ben può trovare la propria ragion d'essere nella loro scarsa fruttuosità.

E il loro numero, ancora assai elevato, attesta le difficoltà economiche di persone e imprese, che non trovano mezzi sufficienti per far fronte ai propri impegni, anche se cristallizzati in un titolo esecutivo».

Si entra nel cosiddetto stato passivo della procedura, con la consapevolezza di riscuotere il proprio credito rateizzato nel tempo e in

piccola percentuale. Basti dire che solo l'ultima riforma estiva ha posto un limite minimo del 20% di soddisfazione dei creditori, perché il concordato preventivo possa essere dichiarato ammissibile. Negli anni precedenti, a causa del concorso tra crisi economica e discutibile riforma fallimentare, sono stati ammessi concordati e ristrutturazioni con debiti onorati in percentuali irrisorie, sul presupposto (condiviso dai magistrati) di salvaguardare l'occupazione e onorare i crediti privilegiati

La spirale

Anche le aziende sane nella morsa tra somme non riscosse e debiti non più rinviabili

(essenzialmente quelli da lavoro ma anche, in certi casi e in presenza di particolari garanzie, verso le banche). A tutto questo si aggiungano i ritardi nei pagamenti da parte della pubblica amministrazione: fenomeno in miglioramento, e in Emilia-Romagna meno grave che altrove, ma che continuerà a pesare nel tempo.

A. Cia.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

COOPERAZIONE

I.denticoop in marcia verso il raddoppio

Obiettivo: chiudere il 2016 con 17 nuovi ambulatori dentistici per puntare a 36 nel 2018

Chi è



Tugnoli
I dati sulle cure dentistiche ci dicono che più del 30% delle persone non va dal dentista, e il motivo spesso è economico. Mentre il 15% sceglie di fare del turismo dentale. Con questi ambulatori cerchiamo di andare incontro alle necessità del paziente

Curarsi i denti in un supermercato o poter acquistare una polizza sanitaria. Il comparto sanità fa gola anche alle coop che hanno deciso di allargarsi in questo settore fornendo ai propri soci servizi e prestazioni a prezzi competitivi. La chiamano «white economy», riferendosi alle attività riconducibili alla cura e al benessere delle persone: in Italia vale 290 miliardi di euro e il 16,5% degli occupati (secondo una ricerca del Censis realizzata con Unipol).

Ne è un esempio I.denticoop, la startup odontoiatrica nata nel 2013 in Emilia-Romagna e tra i cui soci sovventori spunta proprio Coop Alleanza 3.0. In soli due anni ha fatturato 5 milioni di euro curando i denti di circa 25.000 pazienti; dato un lavoro a 102 persone, tra medici, igienisti e assistenti, che operano nei 5 ambulatori sparsi tra Imola, Ravenna, Rimini e Bologna. A questi se ne sono aggiunti altri 15 con l'apertura, da qualche settimana, del sesto studio sotto le Due Torri.

«L'idea di aprire nei centri commerciali è nata dal fatto che le persone vi trascorrono molto tempo — spiega Gianni Tugnoli, presidente di I.denticoop — Quindi, perché non fornirgli anche un servizio sanitario

Piano sviluppo 2016-2018

Numero di studi

Regione/area	2015	2016	2017	2018
Emilia	3	9	13	17
Romagna	2	4	6	8
Veneto	-	2	4	6
Marche	-	1	2	3
Abruzzo	-	1	2	2
Totale	5	17	27	36

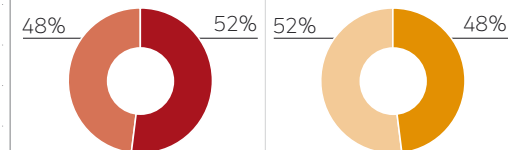
Stima occupati

		2016	2017	2018
Professionisti	10 x studio	170	270	360
Assistenti	12 x studio	204	324	432

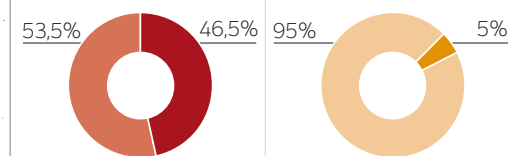
Profilo demografico personale 2016

● Under 35 ● Over 35 ● Uomini ● Donne

Professionisti



Assistenti



centimetri

mentre fanno le loro competenze?».

La cooperativa di medici e odontotecnici fornisce ai propri pazienti servizi all'avanguardia nella cura dentale a prezzi contenuti rispetto a quelli di mercato. «Non siamo un servizio low cost — continua Tugnoli — La possibilità di mantenere un prezzo più basso della media è frutto di economie di scala nell'utilizzo delle apparecchiature, unita alla forza di un gruppo d'acquisto per i materiali necessari al lavoro. I dati sulle cure odontoiatriche ci dicono che più del 30% delle per-

sone non va dal dentista, e il motivo spesso è economico. Mentre il 15% sceglie di fare del turismo dentale. Con questi ambulatori cerchiamo di andare incontro alle necessità del paziente».

I risultati conseguiti hanno spinto la startup, dopo due anni d'incubazione, a decidersi per il grande salto nel mondo delle imprese. Infatti, grazie anche al sostegno di Coop Alleanza 3.0, Coop Reno, Cefla di Imola, Fimo e Medical One, la cooperativa si prepara ad aprire nuovi ambulatori in altre regioni (Veneto, Marche e Abruzzo)

con l'obiettivo di accrescere fatturato, pazienti e numero di occupati nel corso del 2016. Secondo una previsione a fine anno saranno 17 gli ambulatori attivi, di cui 13 (7 in più rispetto agli attuali) lungo la via Emilia. Per un totale di 170 persone impiegate ad assistere 35.000 pazienti. Un volume d'affari che dovrebbe portare a chiudere il bilancio annuale con un introito di circa 8,5 milioni di euro. Il traguardo da tagliare sono i 36 ambulatori nel 2018.

Un dato interessante dell'analisi riguarda proprio il tema occupazione. Gli under 35 che la-

vorano negli studi di I.denticoop sono il 52%, di cui più della metà donne. Mentre la proporzione s'inverte per gli assistenti dove il 53,5% sono over 35. «Affianchiamo lavoratori con più esperienza a quelli che hanno iniziato da poco o si sono appena laureati — dice Tugnoli — creando così un passaggio di testimone tra una generazione e l'altra».

I.denticoop intercetta la domanda crescente di salute, assistenza e previdenza a cui si affiancano le polizze sanitarie a marchio coop. Si tratta di Noi-Salute lanciato nel novembre del 2014 da Faremutua, la società di mutuo soccorso nata per offrire prestazioni e assistenza socio-sanitaria a prezzi convenienti. In un anno sono stati acquistati circa 2.000 pacchetti. I servizi sono divisi in tre livelli a seconda dei costi e dei gradi di copertura richiesta. Si va dai 10 euro l'anno per il piano base, che prevede tra le altre cose il rimborso integrale dei ticket e l'assistenza medica e infermieristica a domicilio dopo un ricovero, fino ai 220 euro per quello alto che dà diritto a tariffe agevolate sulle prestazioni diagnostiche e specialistiche e un piano assistenziale individuale per le persone non autosufficienti.

Dino Collazzo

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Numero Verde
800 913494

DIRETTO
328 4577648

Personalizza le tue Idee...

Sei pronto a lasciare il segno...

Bandane

Polo

Cappellini

Portachiavi

Shopper

Sacche

5.000 articoli promozionali pronti per essere personalizzati per la tua azienda

ISS Service S.r.l. - Via Giambi, 119 - Ravarino (MO)
www.shopperpersonalizzate.org

MONOPOLI

Aimag, sono dieci i pretendenti alla privatizzazione

La multiutility della Bassa modenese cerca partner. Il pressing di Hera

Chi sono



● Tommaso Tommasi di Vignano, presidente di Hera



● Mirco Arletti, presidente di Aimag

Margine operativo lordo a 48 milioni di euro entro il 2018, in modo che sia sempre pari a oltre la metà della posizione finanziaria netta, e che alimenti gli 85 milioni di investimenti previsti nel triennio. È riassumibile così, il nuovo piano industriale di Aimag: per la multiutility della Bassa modenese e mantovana, l'equilibrio di stato patrimoniale non preclude né il miglioramento dei servizi nei settori acqua, energia, gas e ambiente; né la possibilità, spiega una nota, di «cogliere eventuali opportunità offerte dal mercato». Il gruppo presieduto da Mirco Arletti, democratico di scuola Pci, ragiona dunque da cacciatore? Invero, le cronache recenti dicono il contrario, narrando del prosieguo delle manovre per la privatizzazione, ulteriore o totale.

Ad aprile 2015, mentre dal Comune di Mirandola partiva l'invito a presentare le manifestazioni di interesse, Dino Piacentini, allora accreditato come unico competitor di Hera, si disse possibilista sull'entrata in scena di altri attori. Non

ha avuto torto: i nomi svelati a metà gennaio dall'advisor PwC sono ben sette. La strada pare in salita per tre di loro: Canarbino, spa con base nella ligure Sarzana; Fratelli Baraldi, storico gruppo modenese del settore edilizia e grandi opere; e Austep, società di Milano che si occupa di ingegneria energetica, in particolare per le rinnovabili. Alla fine, la vera carta a sorpresa l'ha invece calata proprio lui, Piacentini: alfiere delle «sinergie industriali su obiettivi comuni», ha smentito le ipotesi che lo volevano alleato delle vicine di casa di Aimag, ovvero Tea e Sorgea, presentandosi in cordata con l'ambizioso Gruppo Estra.

Con sede a Prato, Estra è controllata da 97 amministrazioni comunali toscane; e, finora allargatosi solamente nell'Italia centrale, pare a caccia del primo avamposto a

La competizione

In gara Dino Piacentini con il gruppo Estra, Canarbino, Fratelli Baraldi, Austep

Nord degli Appennini. A breve, dovrebbe dunque entrare nel capitale di Piacere Aimag, società veicolo fondata l'anno scorso da Piacentini, già oggi partner della multiutility della Bassa per il servizio idrico, assieme agli altri imprenditori modenesi Alberto Reggiani, tuttora socio tecnico per i rifiuti, ed Emer Borsari. In tal senso, l'alleato toscano completa il cerchio con il proprio know how nella distribuzione del gas, terreno sul quale incombono le aste in calendario per inizio 2017. La cordata propone un doppio binario: insiste sul meccanismo delle azioni correlate, grazie a cui i partner dell'ex municipalizzata ricevono il 40% dei profitti limitatamente al settore in cui operano; e punta a rilevare, anche tramite aumento, il 14% della capogruppo. Fissando tale soglia, Piacentini intende rispettare il dogma della maggioranza assoluta in mano pubblica, quella dei ventuno Comuni della Bassa, per questo smentendo apparentemente la logica del «tutto tranne Hera». Se a Viale Berti Pichat resta infatti il 25% conquistato con 35 milioni nella solitaria asta di sette anni fa, l'ultimo 10% appartiene alle Fondazioni di Carpi e Mirandola, che hanno espresso la disponibilità a salire fino al raddoppio della quota, acquistando eventualmente chip di minoranza nelle controllate. L'offerta non è dissimile, e anzi pare integrabile, a quella

La scadenza

Il 9 maggio sarà rinnovato fino al 2017 il patto tra Hera e i 21 Comuni azionisti

Dove punta l'utility della Bassa

Le previsioni del piano industriale

k€	2014A	2015F	2016E	2017EA	2018E
EBITDA	45.671	45.785	43.642	43.243	48.445
INVESTIMENTI	21.927	18.517	23.805	40.702	20.390
DIVIDENDI	5.037	5.444	5.749	3.939	3.939
CASH FLOW	3.320	8.909	(2.693)	(18.950)	8.350
PFN	85.794	76.885	79.578	98.528	90.178

Centimetri

messa sul tavolo, al momento in conto proprio, da una loro possibile alleata, la Tea di Mantova, capace di spostare il baricentro oltre confine, su un asse fortemente medio-padano.

Per Hera, che si è espansa sulla dorsale adriatica fino all'Abruzzo colonizzando una fetta di Nord-Est, la Pianura Padana dovrebbe essere il giardino di casa: e invece il bottino recente si limita all'acquisto, a fine 2014, della Ecoenergy di Castiglione delle Stiviere, società di trattamento dei rifiuti fondata da un politico di centro-destra. Già presente nel cda di Aimag con i propri massimi esponenti, Tommasi di Vignano e l'ad Stefano Venier, il colosso ha ora confermato nero su bianco di volere la maggioranza di controllo. La mossa è stata in-

terpretata come propedeutica all'annessione definitiva dalle opposizioni presenti nei vari Consigli comunali, a cui è ora passata la palla. Sul calendario, è segnato il 9 maggio: quando, salvo rinuncia esplicita, sarà rinnovato fino all'autunno 2017 il patto parasociale tra Hera e le 21 amministrazioni azioniste. L'alternativa, minacciata ormai da anni, è la sfida fratricida nelle gare per il gas, Antitrust permettendo. Aimag, che rischierebbe grosso sull'ambito ottimale Modena 1, in sostanza il bacino da lei servito finora, con il nuovo piano industriale ha destinato alle reti del metano 12 milioni: per aste all'ultimo sangue, non paiono tantissimi. Piccolo o grande, un cavaliere bianco deve per forza arrivare.

Nicola Tedeschi
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Biodiesel da fanghi: anche Hera ci crede. Con Eni

Molè: «L'obiettivo è ottenere dal materiale trattato un 20-30% di carburante per autotrazione»

Ottenere carburante dai fanghi dei processi di depurazione delle acque. Più precisamente green-diesel da utilizzare per l'alimentazione di autoveicoli, senza la necessità di miscelarlo con diesel di natura fossile. Eni ci crede, ha brevettato un nuovo processo e ha scelto Hera come partner per la sperimentazione.

«Il recupero delle biomasse per noi è centrale — spiega Salvatore Molè, direttore Innovazione di Hera — e confidiamo che questa sperimentazione ci porti a ottenere importanti risultati, nell'ottica di valorizzare i rifiuti prodotti dai territori serviti e diminuire costantemente la quantità da avviare allo smaltimento».

I campioni di fanghi vengono inviati da Hera a Novara, all'Istituto Donegani, centro ricerche Eni per le energie rinnovabili e l'ambiente. Lì è in corso la sperimentazione per verificare la fattibilità e le caratteristiche del processo di liquefazione.

«L'elemento principale da considerare è il rendimento — prosegue Molè — Capire cioè quanto carburante si può ricavare, ad esempio, da un chilo di fango. E lì che ci giochiamo tutto, anche e soprattutto dal punto di vista



Confidiamo che questa sperimentazione ci porti a ottenere importanti risultati nell'ottica di valorizzare i rifiuti prodotti dai territori serviti e diminuire la quantità da avviare allo smaltimento

dell'economicità del procedimento. L'obiettivo è ottenere almeno un 20-30% di green-diesel dal materiale trattato. In quel caso andremo certamente avanti e si potrà industrializzare. Se così non fosse si seguiranno altri filoni di ricerca, con altri materiali».

Detto in poche parole, il processo di liquefazione sviluppato e brevettato da Eni è un trattamento a elevata temperatura e pressione, che trasforma i rifiuti organici in bio-olio. Dunque Eni, che sta trattando diverse matrici, ci mette la tecnologia, mentre Hera, in virtù di un accordo siglato nella seconda metà del 2015, fornisce il materiale. «Poi naturalmente condividiamo i risultati», chiosa Molè, che peraltro ci tiene a far notare come da circa un anno e mezzo la multiservizi emiliano-romagnola abbia deciso di puntare con più decisione sull'innovazione, identificata come uno degli assi portanti per lo sviluppo. Infatti oltre a lavorare sui fanghi dei processi di depurazione delle acque, l'impegno riguarda sia il rifiuto organico umido, sia gli sfalci e le potature. Stiamo parlando di centinaia di migliaia di tonnellate l'anno di rifiuti per ciascuno dei tre filoni.

Per quanto riguarda l'umido, Hera ha avviato l'iter au-



torizzativo per realizzare un impianto di produzione di bio-metano, estratto appunto dai rifiuti della raccolta differenziata. Potrà essere utilizzato per l'alimentazione dei veicoli, ma anche immesso nelle reti di distribuzione e servire per il riscaldamento, o per uso cucina.

«Ci piace l'idea di chiudere il ciclo — commenta Molè — Le famiglie separano l'umido, che trattato da Hera

diventa bio-metano e ritorna alle famiglie stesse». Un'opportunità è anche quella di utilizzare il carburante ottenuto per il trasporto pubblico locale. Se non sorgeranno ostacoli imprevisti, i lavori necessari per realizzare l'impianto partiranno nel giro di qualche mese.

Anche per quanto riguarda gli sfalci e le potature, infine, si sta lavorando a un processo che permetta la tra-

Bologna
La sede di Hera nel capoluogo emiliano

sformazione dei rifiuti in bio-gas e bio-metano, in questo caso in collaborazione con la sede di Ravenna del Ciri, Centro energia e ambiente dell'Università di Bologna.

«Proprio in questi giorni — conclude il direttore centrale Innovazione del gruppo Hera — stiamo presentando agli investitori europei il nostro piano industriale 2015-2019, in cui le strategie che riguardano l'innovazione sono uno dei quattro assi portanti. Parliamo di processi innovativi che possono avere un be-

Strategia

La multiservizi punta sull'innovazione come asse portante per lo sviluppo

neficio anche piuttosto rapido, si tratta di valutare e identificare quelli già definiti che possono essere applicati alle utility».

Insomma: si punta a diminuire sempre di più la quantità dei materiali da smaltire e da bruciare nei termovalorizzatori. Per Hera è un obiettivo. Per i cittadini è una speranza.

Maurizio Andreoli
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Riso del Delta del Po
dove il mare si unisce alla terra
Aria Pura
Ambiente incontaminato
Coltivazioni a basso impatto ambientale



Grandi Riso S.p.A.
Via Fronte Primo Tronco, 20
44020 Ponte Langorino (Fe)
T +39 0533 710021
F +39 0533 714054

www.grandiriso.it - info@grandiriso.it

ARTE FIERA

Il business si **rinnova** se l'azienda sposa l'arte

Gli esempi di Illy Caffé, Fabbri ed Euromobil



Fabbri
Le opere realizzate, tutte acquistate da noi, ci aiutano a capire come gli altri vivono il nostro prodotto

Illy, Euromobil e la bolognese Fabbri. Cosa hanno in comune questi tre vertici? Formano un triangolo dove l'arte ispira l'impresa e l'impresa fa vivere l'arte. Di tale scambio si è parlato al convegno organizzato da *Corriere Imprese* in collaborazione con Artefiera e Rotary club Bologna del Valsamoggia ad Arte Fiera. L'incontro, moderato dal direttore del *Corriere di Bologna*, Enrico Franco, si è svolto alla presenza del governatore Rotary Paolo Pasini, della presidente del club Clementina Rizzardi e di Nicolò Capodicasa, numero uno di Rotaract.

Che arte e impresa possano rappresentare un binomio vincente, del resto, lo dimostrano casi celebri come Apple, diventata famosa proprio grazie alle forme rivoluzionarie dei suoi prodotti. In Italia questo connubio ha trovato campo fertile in imprese storiche e legate a realtà confinanti con l'arte così come con il design. L'incontro del bello con il buono in casa Illy avviene nel 1992 con la prima collezione di tazzine targata Sandro Chia. «Abbiamo deciso che l'utile fosse reinvestito su progetti per i giovani» racconta Carlo Bach, direttore artistico di Illy Caffè.

Anche la storia della famiglia Fabbri è legata fin dalle origini a doppio filo con quella artistica italiana. Basti pensare che già negli anni '50 le amarene venivano promosse dall'artista emergente Renato Guttuso su Carosello. Oggi

la biografia della ditta bolognese si rinnova con il Premio biennale Fabbri, giunto quest'anno alla quinta edizione. «Le opere realizzate, tutte acquistate da noi, ci aiutano a comprendere come gli altri vivono il nostro prodotto. Si tratta infatti di opere solari che ci fanno capire che l'assaggio delle amarene è legato a un momento positivo della vita» afferma Nicola Fabbri, ad Fabbri 1905. Nel caso del Gruppo Euromobil, il motore della promozione artistica è dato dalla passione per l'arte dei proprietari i Fratelli Lucchetta. «Dal 1982 ad oggi abbiamo sponsorizzato 450 mostre in



Enrico Franco (*Corriere di Bologna*), Nicola Fabbri (Fabbri 1905) e Carlo Bach (Illy)

tutto il mondo e abbiamo istituito il premio per i giovani under 30 giunto alla decima edizione» ricorda Roberto Gobbo, designer del gruppo.

Claudia Balbi
© RIPRODUZIONE RISERVATA

La sfida del Premio Rotary su giovani e alta **qualità**

Lo Bianco: «Cultura, un'intuizione vincente»



L'idea del Premio nasce nel 2011 in un incontro Rotary con l'allora direttrice di Arte Fiera, Silvia Evangelisti, cui raccontai il mio impegno per associare Rotary, arte e il ricordo di un'amica scomparsa

L'arte può essere una via per caratterizzare un'impresa come qualsiasi altra attività: lo spiega bene Domenico Lo Bianco artefice del premio Rotary Arte Fiera che ha portato il Rotary Club Bologna Valle del Samoggia a essere uno dei protagonisti della manifestazione quarantennale. «L'idea del Premio — spiega Lo Bianco — nasce nel 2011 in un incontro Rotary con l'allora direttrice di Arte Fiera, Silvia Evangelisti, cui raccontai il mio impegno per associare Rotary, arte contemporanea e il ricordo di un'amica prematuramente scomparsa (Annamaria Colizzi). L'idea le piacque e decidemmo di portare il Rotary Club Bologna Valle del Samoggia dentro la mostra mercato di arte più importante d'Italia. Su sua indicazione istituimmo il premio, che copriva un vuoto, dedicato alle installazioni o alle gallerie con stand dallo spirito curatoriale. Un'intuizione che negli anni si è rivelata vincente e che incontra in pieno l'idea di "gabbia curatoriale" indicata dagli attuali direttori artistici di Arte Fiera».

Lo Bianco, con altri tre rotariani, si lanciò nel progetto con tanto entusiasmo, volontariato, scelte coraggiose e vincenti come quella di coinvolgere subito i giovani del Rotaract Bologna. «La prima edizione fu già un piccolo successo — sottolinea — Premiammo una delle più belle installazioni viste a Bologna negli ultimi anni, "Armada" di Ja-

cob Hashimoto». L'iniziativa è quindi cresciuta costantemente: «La dirigenza della Fiera ha creduto subito in noi dandoci fiducia — afferma Lo Bianco — Poi abbiamo abbinato al Premio iniziative collaterali per favorire lo sviluppo della cultura dell'arte e divulgare i principi del Rotary di fratellanza fra le genti; cito in particolare il Simposio di Scultura dove, insieme ad altri Club Rotary, abbiamo comprato marmi di nobili di Carrara, donati alla Scuola di scultura di Belle Arti di Carrara, così i giovanissimi artisti hanno scolpito delle statue con il tema l'Europa. Quest'anno — conclude



Domenico Lo Bianco, artefice del Premio Rotary

Lo Bianco — per il 40° anniversario, il talk promosso assieme al *Corriere di Bologna* e il premio speciale in denaro dei giovani del Rotaract che hanno voluto affiancarci ci hanno dimostrato di essere sul binario giusto con un premio libero in tutti i sensi». © RIPRODUZIONE RISERVATA

ARTE GENOVA 2016

12° MOSTRA MERCATO D'ARTE MODERNA E CONTEMPORANEA

12 - 15 FEBBRAIO

FIERA DI GENOVA P.le J. F. Kennedy, 1

ORARIO

Venerdì, Sabato, Domenica ore 11.00 - 20.00
Lunedì ore 11.00 - 14.00

www.artegenova.com



Fiera di Genova



Segreteria Organizzativa
Nord Est Fair +39.049.8800305

INNOVATORI

ui si chiama Guido Pedrelli, è di Cesena, ha 34 anni e ora vive a San Francisco. Lei si chiama Nonnabox.com ed è l'invenzione che sfrutta una forma di commercio in voga negli Usa per far assaporare i piatti delle regioni italiane: la subscription box. Cioè un abbonamento mensile che permette di ricevere a casa prodotti a scatola chiusa di una determinata categoria (cibo, make up, elettronica). Ogni mese Nonnabox suona alla porta di centinaia di statunitensi con il suo carico di sei delizie tipiche da una regione italiana. Basta aspettare tre giorni.

«A oggi — spiega l'ideatore — questo è il primo abbonamento incentrato su prodotti tipici italiani. Ci sono già e-commerce che trattano il nostro cibo, ma non con questa forma. Altri si stanno già muovendo sul mio stesso terreno per questo non posso rivelare numeri e strategie future».

La sterminata varietà di sapori del territorio italiano è alla base del business di Nonnabox. «Non tutti — spiega Pedrelli — conoscono questa assortimento. Qui negli Stati Uniti la cucina tradizionale italiana ha subito un mutamento dovuto ai tanti nostri emigrati che hanno adattato la ricetta originale alle esigenze di un altro Paese. Ecco allora che spesso si trovano "spaghetti and meatballs", "salsa Alfredo", "stuffed shells" e altri piatti che sono diventati tradizionali nella cultura italo-



La nonna in tavola anche in Usa

Con Nonnabox Guido Pedrelli consegna scatole di prodotti tipici tricolori nelle case degli americani. Ogni settimana le specialità di una regione

americana».

«In ogni box inseriamo delle card che raccontano la storia gastronomica della regione del mese. Così si possono imparare le origini di quello che si mangia. Ci sono anche le ricette di una vera nonna italiana che spiega come sfruttare appieno

gli ingredienti ordinati. Siamo sempre alla ricerca di nonne da ogni regione — aggiunge Pedrelli — quindi chiunque può segnalare una alla mail support@nonnabox.com».

Il servizio è stato lanciato il primo dicembre scorso e ha ottenuto subito ordini da diverse

città degli Stati Uniti. «La prima regione che ho proposto è stata la Calabria perché è più facile reperire i prodotti tra gli importatori di San Francisco dove ho sede. Ma c'è anche un altro aspetto non secondario. Negli Stati Uniti ci sono 18 milioni di italoamericani, la mag-

gior parte di questi immigrati proviene dal nostro Sud, molti sono calabresi; per questo ho trovato più facile partire da questa regione».

Chi ha ricevuto una fetta di Calabria a casa ha potuto assaporare la marmellata di arancia selvatica, la liquirizia pura in

caramelle, la crema da spalmare al peperoncino, la pasta di peperoncino perfetta per carne e pasta e il preparato di spezie tipico per l'arrabbiata.

Si dovrà aspettare ancora prima di conoscere la nonna che farà da ambasciatrice per l'Emilia-Romagna. Pedrelli infatti ha pensato di dedicarsi alla selezione attenta dei prodotti tipici della sua regione una volta finito il periodo di rodaggio del servizio.



Al pacco alleghiamo anche le ricette di una vera massaia italiana che spiega come cucinare gli ingredienti ordinati

Nonnabox è una bootstrap, una startup in piena regola in cui tutto l'investimento iniziale è riconducibile al fondatore. «Ho avuto l'idea tre anni fa, ma ho iniziato a concretizzarla nel maggio 2015. Ora — annuncia Pedrelli — sono impegnato nel lancio del prodotto per tastare il polso del mercato e valutare se sia il caso di aprirmi a primi soci». E dopo la Calabria è stata la Puglia ad atterrare sulle tovaglie d'Oltreoceano, mentre in questi giorni si stanno chiudendo gli ultimi box con il meglio del Piemonte.

Alessandro Mazza
© RIPRODUZIONE RISERVATA

OCCASIONI A KM ZERO

PICCOLO STOCK



• **QUBO ACTIVE 1.4**
METANO
a partire da
€ 12.600
su strada
passaggio compreso
fino esaurimento scorte

• **PANDA EASY 1.2**
BENZINA
a partire da
€ 8.700
su strada
passaggio compreso
fino esaurimento scorte



FINANZIAMENTO PERSONALIZZATO
FINO A 10.000* € - FINO A 60 MESI* CON
incluso incendio, furto, gap e marchiatura

*fogli informativi per le pratiche di finanziamento presso la concessionaria



ACQUISTIAMO IL TUO USATO
PAGANDOLO IN CONTANTI

RAVENNA - Via Trieste, 227 - Tel. 0544 289311 · LUGO - Via Nuova Fiumazzo, 1 - Tel. 0545 35999 · CERVIA - Via Palazzone, 29 - Tel. 0544 973665

FOOD VALLEY

Dopo l'allarme Oms sulla carne rossa è boom di richieste per la fettina bio

Allevamenti ad hoc di Coop Italia e corsi ai macellai, ma la domanda supera l'offerta

Se ne consuma meno, ma di qualità: la carne non è affatto sparita dalla tavola degli italiani. Archiviato il periodo nero post annuncio Oms sulle carni rosse, adesso l'attenzione del consumatore si sposta sempre più su un prodotto proveniente da allevamenti selezionati ancor meglio se biologici.

«La richiesta di carni bio, rosse e bianche in particolare, supera di gran lunga l'offerta — lancia l'alert **Marco Guerrieri**, responsabile carni **Coop Italia** — Tant'è che per soddisfare la domanda, puntiamo a sviluppare allevamenti biologici strutturati selezionando i nostri migliori produttori: sono già partiti alcuni progetti pilota».

L'**Aiab**, associazione italiana per l'agricoltura biologica, fa sapere che i produttori zootecnici in Italia sono oltre un migliaio e circa 200 le aziende dedite alla trasformazione e vendita del proprio prodotto. In Emilia-Romagna siamo nell'ordine di qualche decina tra produttori e trasformatori (elaborazione Firab-Fondazione italiana per la ricerca in agricoltura biologica e biodinamica su dati Sian). «Purtroppo si è fatto poco per sviluppare la filiera — rimarca il presidente di **FederBio Paolo Carnemolla** — I piani di sviluppo rurale non premiano la zootecnia e persino la Pac (Politica agricola comune) ha tolto il premio "qualità" per i capi bovini bio-. Adesso stiamo portando avanti un progetto in regione che mira alla produzione di carne bovina bio, commercializzata con il marchio Bioalleva». Mancano tuttavia le strutture idonee con terreni a disposizione per la messa a coltura di cereali biologici; mancano mangimi sicuri. «Però, ci sono stalle che chiudono e che si possono prestare alla conversione».

I prezzi, del resto, sembrano davvero allettanti per gli allevatori. Gira voce che un'importante ed emergente catena di negozi italiani sia disposta a pagare ben 7 euro al

Il panorama

■ **Produttori zootecnici (ITALIA)**
■ *Emilia-Romagna*

■ **Prod./Prep.zootecnici**
■ *Emilia-Romagna*

1.021 (79%)

13

264 (21%)

23

Fonte: Elenco degli Operatori Biologici Italiani su www.sian.it/aBiologico

chilo la carne bovina bio (per capirci, adesso la razza bovina Romagnola Igp è sui 5 euro al chilo). «Se queste sono le quotazioni — non ha dubbi **Primo Bagioni**, produttore forlivese di razze pregiate Marchigiana, Chianina e Romagnola Igp con un business di 1.500.000 euro solo nell'ultimo anno — presto amplierò la stalla di allevamento biologico appena avviata a Rocca San Casciano (Cesena), 200 fattrici e 80 vitelli». E aggiunge: «Ciò che incide di più è il mangime: l'alimentazione bio costa quasi il doppio rispetto alla cosiddetta convenzionale, cioè si passa da 200 a 350 euro a tonnellata».

La corsa sembra dunque inarrestabile. «In Emilia-Romagna, e su scala nazionale, la richiesta di carni bio nella grande distribuzione è incre-

mentata mediamente del 5% da ottobre-novembre 2015. Una percentuale che in due anni arriverà a sfiorare il 30%», azzarda la previsione Guerrieri. «Le vendite di carne di pollo e tacchino bio, dalla semplice fettina agli hamburger o alle crocchette, sono aumentate del 10% rispetto al 2014 ma — sottolinea — la richiesta è stata di gran lunga superiore alle quantità disponibili». Secondo i dati di Coop Italia, «attualmente l'avicolo bio conta su un giro d'affari pari a 11.000.000 euro annui (il 3% dell'avicunicolo complessivo)». La carne bovina, invece? «È una merceologia esposta da poco che tuttavia promette trend di sviluppo interessanti».

Se si allarga l'orizzonte, sottolinea Guerrieri, «notiamo poi una tendenza verso pro-

dotti provenienti da filiera certificata e ad alto contenuto di servizi, confezionati con un packaging innovativo (skin o sistema sottovuoto) e soprattutto più pregiati. Si vendono, quindi, più tagli di "scottona" e più razze autoctone Igp rispetto al vitellone».

Una conferma arriva anche dalle 2.000 macellerie emiliano-romagnole, dove le vendite sono balzate su del 10% negli ultimi tre mesi. «Chi acquista vuole informazioni e garanzie sulla bontà, tenerezza e sapidità del prodotto — dichiara il numero uno di **Federcarni** in Emilia-Romagna, **Stefano Casella** — Si valorizza così la figura professionale del macellaio, in grado di tracciare perfettamente il dna dell'animale di razza lungo tutta la filiera». Si dice soddisfatto se non fosse che «le macellerie, pur garantendo reddito, sono costrette a cessare l'attività perché non c'è ricambio». Ed ora Federcarni è corsa ai ripari e sta promuovendo a tappeto corsi di formazione per nuovi macellai.

Ba. Be.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il concorso

ReStartApp



Con le pecore «Cornella Bianca» Giuliano Gabrini ripopola l'Appennino

Il secondo premio di ReStartApp, l'incubatore d'impresa per il rilancio dell'economia appenninica promosso dalle fondazioni Edoardo Garrone e Cariplo, va a un reggiano con la passione per le pecore in via d'estinzione. In particolare per la razza Cornella Bianca, una specie tipica di Reggio Emilia, che il venticinquenne, Giuliano Gabrini, alleva nella sua azienda agricola «Le Cornelle».

Dopo aver partecipato in estate al campus organizzato dalle due fondazioni a Portico di Romagna e — un seminario dedicato agli imprenditori under 35 con un'idea per rilanciare le filiere delle Alpi — il giovane ha convinto la giuria della bontà del suo progetto aggiudicandosi un premio di 20.000 euro. Ma in programma per la prossima stagione c'è già una nuova iniziativa, «ReStartAlp». Un campus gratuito, dal 20 giugno al 30 settembre nella provincia di Verbano Cusio Ossola (Piemonte), ideato per favorire la nascita di nuove imprese sulle Alpi e promuovere una nuova economia della montagna italiana. Attraverso un'offerta formativa, che comprende didattica frontale, laboratorio di creazione d'impresa, mentorship, esperienze e testimonianze, i partecipanti saranno affiancati da un team di docenti, esperti e professionisti dei principali settori dell'economia alpina. Al termine dell'iniziativa i tre migliori progetti presentati verranno sostenuti con 60.000 euro. Sono disponibili 15 posti per gli under 35. Per iscriversi c'è tempo fino a venerdì 8 aprile 2016. Info su www.restartalp.it

Francesca Candioli

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'agenda

● 10 febbraio
A Bologna alle 17.30 un incontro per discutere del tema alternanza scuola-lavoro nella sede di Unindustria in via San Domenico 4

● 11 febbraio
A Reggio Emilia Impact Hub ospita dalle 18.30 «Google Hash Code», il contest per team di sviluppatori organizzato da Google che consiste in una sfida tramite youtube ai team partecipanti per risolvere un problema. In via dello Statuto 3

● 13-14 febbraio
A Modena riparte la quarta edizione di «Ricomincio da me», la fiera del lavoro e delle opportunità al Foro Boario. Settanta appuntamenti tra seminari, workshop e incontri con imprenditori e docenti

● 16 febbraio
Alla Camera di commercio di Parma seminario gratuito sul mercato elettronico della pubblica amministrazione, dalle 14.30 alle 18 in via Verdi 2

● 19 febbraio
Alla Camera di commercio di Parma presentazione alle 10.30 del rapporto sull'economia della città nel 2015 e delle sue prospettive future, in via Verdi 2

Stagione per stagione

di **Barbara Bertuzzi**

La carota si semina da novembre ad agosto E presto arriverà quella colorata

I semi per produrle ci sono, ma le carote colorate si vedono ancora poco in campo e nel piatto nonostante siano ricche di antociani (quelle viola), luteina (quelle gialle) e composti bioattivi naturali (quelle bianche). In arrivo anche le sementi per le rosse, caratterizzate da un alto contenuto di licopene.

«L'Emilia-Romagna con i suoi 900 ettari di superficie coltivata sugli 8000 complessivi nazionali — spiega il crop manager della Bejo Italia, Massimo Della Pasqua — svolge un ruolo importante nella produzione di questa specie orticola tra le più diffuse al mondo». La maggior parte è sviluppata nell'areale ferrarese vicino al mare, in prossimità di Mesola, dove cresce bene grazie ai terreni sciolti e sabbiosi. La tipologia dominante è la cosiddetta «nantese», indicata per il mercato del fresco: 20 centimetri di lunghezza e 25-35

millimetri di larghezza (prezzi all'ingrosso: 70 centesimi al chilo alla rinfusa; 80 centesimi in confezioni da un chilo; fonte Caab). «Il prodotto è migliorato molto negli ultimi anni — dice l'agronomo illustrandone le caratteristiche — l'esterno è liscio, di un bel colore vivace che si sviluppa anche dentro con un cuore centrale decisamente più tenero».

I periodi di semina vanno «da metà novembre a gennaio (sotto telo) e a febbraio-marzo in pieno campo poi da luglio fino ai primi di agosto». Le varietà: Napoli, Dordogne, Bolero e Maestro. «È una coltura completamente meccanizzata dalla semina fino alla raccolta».

La famiglia di Denis Tiengo fa carote da tre generazioni e le coltiva su cinquanta ettari a Codigoro (Ferrara). Ora sta raccogliendo la Bolero: «È rustica e garantisce una buona resa, dai 400 ai 600 quintali per ettaro. Non



La pianta

La carota (*Daucus carota* L., 1753) è una pianta erbacea dal fusto di colore verde appartenente alla famiglia delle Apiaceae; è anche uno dei più comuni ortaggi; il suo nome deriva dal greco Karotón. La carota spontanea è diffusa in Europa, in Asia e nel Nord Africa

soffre le eccessive piogge e resiste alle grandinate».

Marco Benazzi a Mesola, un raccolto annuo di 25-30.000 quintali, ci racconta «che dal momento della semina la carota necessita di un terreno costantemente umido e che il suo gusto dipende quindi dal corretto apporto idrico». Se si considera l'appeal, la pezzatura uniforme e il colore, soprattutto per la vendita in vassoio, la varietà Dordogne sembra prevalere su tutte le altre. «Ma è molto delicata — e ammette — con il caldo killer di quest'anno ha fatto impazzire gli agricoltori».

Intanto il miglioramento genetico ha portato a nuove selezioni in grado di contrastare la diffusione dei parassiti più temuti, i nematodi. «Le stiamo già sperimentando in campo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



BANCO METALLI SANDONNINI

COMPRAVENDITA ORO E PREZIOSI

IL VERO VALORE DEI TUOI PREZIOSI

SERVIZI:

Compravendita oro e preziosi, monete d'oro, diamanti e argenteria

Acquisto di orologi di pregio moderni e d'epoca (anche intere collezioni)

Oro da investimento (monete e lingotti)

Pagamento immediato in contanti, si eseguono consulenze e piani di investimento in oro

Massima Privacy e trasparenza

Stime gratuite anche a domicilio

Perizie per eredità, polizze di pegno, contenuto cassette di sicurezza e collezioni

Smallimento metalli preziosi per orafi e professionisti

LE NOSTRE QUALIFICHE:

Personale qualificato iscritto all'albo "Operatori Professionali in Oro"

Diplomati in gemmologia I.G.I.

Diplomati in gemmologia E.N.P.A.F.

Diplomati in orologeria E.T.A.

Periti iscritti all'albo nel ruolo di esperti del Tribunale

Membro no. 4797 dell'IWJG (International Watch and Jewelry Guild - USA)

Membro no. 1070 del WTA (Watch Traders Association - Germany)

**ACQUISTIAMO OROLOGI
E I TUOI PREZIOSI IN ORO**

PAGAMENTO IMMEDIATO

059 - 23.06.66

**MASSIMA RISERVATEZZA E
PROFESSIONALITA'**

www.bancosandonnini.it

SE NON TI FIDI DEI "COMPRO ORO" E DELLE LORO QUOTAZIONI INGANNEVOLI PUOI RIVOLGERTI A NOI PER VENDERE I TUOI PREZIOSI. IL BANCO METALLI SANDONNINI È ISCRITTO NELL'ALBO NAZIONALE DEGLI "OPERATORI PROFESSIONALI IN ORO" CON REGOLARE LICENZA CONCESSA DALLA BANCA D'ITALIA E VANTA UN'ESPERIENZA DA TRE GENERAZIONI NEL SETTORE DEI PREZIOSI



Se vuoi evitare il rischio di perdere i tuoi preziosi per via dei furti in abitazione sempre più frequenti, o vuoi convertire i tuoi preziosi diamanti in denaro per i tuoi acquisti natalizi, il Banco Metalli Sandonnini valuta e ritira:

I vostri preziosi in oro (tit. 9-12-14-18-22-24-kt) e argento (tit. 500-800-925-1000)

Monete e lingotti in oro

I vostri orologi di pregio in acciaio, acciaio/oro singoli o intere collezioni

I vostri diamanti e pietre preziose in blister, montati e/o smontati

Pagamento immediato in contanti, assegno o bonifico bancario

Il Banco Metalli Sandonnini è iscritto all'albo nazionale "Operatori Professionali in Oro" ed è ufficialmente autorizzato nella compravendita di monete in oro e lingotti 999.99 (24Kt)

Lo staff del Banco Metalli Sandonnini effettua consulenze e piani di investimento in lingotti d'oro e/o monete d'oro su richiesta.

Venite a visitarci presso la nostra sede in via Saragozza, 130 (ex questura) in zona adiacente ad ampio parcheggio.

Sarete ricevuti in ambiente accogliente nel rispetto assoluto della vostra privacy

Banco Metalli Sandonnini è dotato di laboratorio con apparecchiatura di analisi professionali ed omologate.

IL VERO VALORE DEI TUOI PREZIOSI

VIA SARAGOZZA, 130

MODENA

TEL 059-23.06.66

www.bancosandonnini.it

e-mail: info@bancosandonnini.it



OPINIONI
& COMMENTI

L'analisi

Biomedicale, rivoluzione di un cluster

Non vi è, nel decidere queste strategie, una regola certa e assoluta, che assomigli — poniamo — alla legge di gravità come sarebbe se fossimo nel campo della fisica quantistica: conta tantissimo lo spirito di iniziativa dell'imprenditore, la sua attitudine al rischio e il talento dei suoi collaboratori. Quello che si può notare è che le strategie di «crescita esterna» (mediante fusioni e acquisizioni, ma anche joint-venture e reti d'impresa) sono attuate in misura via via crescente, giacché consentono in tempi relativamente brevi di ampliare la gamma produttiva, lo sforzo nella R&S e la presenza sui mercati esteri. Da questo punto di vista, le operazioni nel distretto di Mirandola ricordate in apertura sono emblematiche; come lo sono, per passare alla meccanica di precisione, quelle messe a segno fra il 2014 e il 2015 da imprese bolognesi (Ima) e modenesi (Emmegi) in terra di Germania.

Ma, dicevamo, vi è una seconda prospettiva per leggere la metamorfosi in atto nel nostro sistema produttivo: quella del cambiamento strutturale, ossia, dell'ascesa di nuovi settori. Se alle dinamiche in atto nel distretto del biomedicale di Mirandola uniamo la crescita dell'industria farmaceutica regionale, emerge un settore oggi assai robusto. Due ne sono i principali protagonisti: Chiesi Farmaceutici e la nuova AlfaSigma. La prima, basata a Parma, ha superato già da alcuni anni il miliardo di fatturato mentre di recente ha acquisito interamente una società farmaceutica americana, la Cornerstone Therapeutics, e ha condotto in porto altre operazioni di crescita esterna in Danimarca e Olanda. La seconda è la realtà, con un fatturato di 900 milioni, nata dalla recentissima aggregazione «bolognese» fra Alfa Wassermann (famiglia Golinelli) e Sigma Tau (famiglia Cavazza).

In tutt'e tre i casi qui citati — Mirandola, Parma, Bologna — i quartier generali restano saldamente ancorati al territorio, a partire dai laboratori ove si svolge l'immenso sforzo di ricerca richiesto da questo macrosettore che ha a che fare con la vita dell'uomo. Ma lo sguardo è rivolto al mondo.

Franco Mosconi

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il controcanto di Massimo Degli Esposti

CAMERE DI COMMERCIO, IL PERCHÉ DI UNA RIFORMA



Le lettere vanno inviate a: Corriere di Bologna Via Baruzzi 1/2, 40138 Bologna e-mail: lettere@corrieredibologna.it Fax: 051.3951289 oppure a: andrea.rinaldi@rcs.it mdegliesp@gmail.com



Accorpamenti per aree più vaste, taglio delle risorse provenienti da tariffe e diritti camerali richiesti alle imprese, ridimensionamento delle funzioni laddove vi siano sovrapposizioni con altri enti pubblici. La riforma del sistema delle Camere di Commercio avanzerà su queste tre direttrici. Ma ancor prima che fosse approvato e diffuso il testo del decreto attuativo, in Emilia-Romagna e in tutta Italia già si è alzata la protesta. I sindacati faranno le barricate contro le previste riduzioni d'or-

ganico (il 15% secondo le stime, equivalenti a un centinaio di posti sugli 800 dipendenti camerali emiliano-romagnoli), alcuni presidenti (vedi il ravennate Natalino Gigante) chiedono ai colleghi di far fronte comune contro un riordino che pregiudicherebbe l'autonomia dei territori. Altri, però, la pensano diversamente. Le Camere di Commercio di Reggio Emilia, Parma e Piacenza, per esempio, hanno già messo al lavoro una task force per studiare la fusione, dimostrando di accettare la sfida e di

Piazza Affari

di Angelo Drusiani

Il termovalorizzatore di Torino spinge Iren

ALBERTINI SYZ BANCA PRIVATA



È di pochi giorni fa l'acquisizione della maggioranza del termovalorizzatore di Torino da parte di Iren, la società che fornisce servizi che ha tra i propri soci i Comuni di Parma, Piacenza, Reggio nell'Emilia ed altri Comuni emiliani. L'operazione è avvenuta utilizzando Iren Ambiente che, attraverso una serie di passaggi azionari, controlla ora poco più dell'80% del capitale della società che costruirà il termovalorizzatore torinese e che lo gestirà per i prossimi 18 anni. Quando il termovalorizzatore sarà a regime, oltre che smaltire circa mezzo milione di tonnellate di rifiuti indifferenziati, produrrà energia in grado di soddisfare le esigenze di almeno 175.000 famiglie. Iren, la multiutility con radici anche in Emilia, come si è ricordato sopra, già fornisce gas, elettricità, acqua e opera pure nel settore del teleriscaldamento. In sostanza l'attività di Iren, in forma diretta e attraverso le sue controllate, è a tutto campo. Con l'acquisizione citata, in futuro aumenterà sensibilmente la presenza di Iren nel settore del teleriscaldamento. È proprio grazie all' integrazione con il termovalorizzatore che circa 17.000 famiglie potranno beneficiare di

questa forma di riscaldamento. A fine settembre scorso, i risultati della multiutility evidenziavano buoni progressi rispetto ai valori dell'anno precedente. I ricavi si sono attestati a 2.219 milioni di euro, con un incremento del 7,1% sull'analogo dato di fine settembre 2014. È salito del 2,7% il margine operativo lordo a 497,6 milioni di euro. Il risultato operativo è a 253 milioni di euro e l'utile prima delle imposte a 185 milioni di euro. I dati presentati sono di buon livello, considerando l'estrema incertezza che ha caratterizzato il mercato delle materie prime cui si rivolge Iren. La quotazione alla Borsa milanese delle azioni della società che fornisce servizi è attualmente a 1,35 euro circa e ha risentito negativamente del cattivo andamento dell'indice italiano fin da inizio anno. Il 21 di gennaio il titolo ha toccato un minimo a 1,244 euro. Ma il 20 ottobre scorso il titolo stesso fu scambiato a 1,52 euro. Alla luce dell'acquisizione del termovalorizzatore torinese, la prospettiva di ulteriore crescita della multiutility si fa ancora più concreta, come interessante può essere la prospettiva per chi investe in azioni di Iren.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'intervento

La cultura è un'impresa, dà lavoro a 80.000 addetti e vale 32 milioni di euro

SEGUE DALLA PRIMA

La promessa mantenuta ha consentito destinare alle esperienze culturali territoriali le risorse tagliate a seguito dello smantellamento delle Province. Ciò ha permesso il rilancio della rete museale, archivistica e bibliotecaria, che negli ultimi anni aveva visto azzerate le proprie risorse.

La convinzione che cultura, formazione e impresa siano strettamente collegate ha trovato pieno riscontro nella Legge 20 del 2014, che ha rilanciato il comparto cinematografico e audiovisivo della regione, coinvolgendo quattro assessorati: Cultura, Attività produttive, Turismo e Formazione. La sua attuazione è stata avviata lo scorso anno con i primi bandi sulla produzione e sulla formazione, che hanno assegnato ri-

spettivamente: 1.036.266 euro a 29 progetti produttivi selezionati a livello nazionale e locale e 1 milione di euro alla formazione degli operatori.

Certamente protagonista è il comparto dello Spettacolo dal vivo, tra i più dinamici e strutturati d'Italia, con le sue 377 sedi censite, di cui 95 teatri storici dislocati anche in comuni non capoluogo.

L'Emilia-Romagna ospita il più importante centro di produzione nazionale della danza; nel teatro ogni anno artisti e spettacoli ottengono prestigiosi riconoscimenti internazionali, tra cui «l'Oscar del teatro»: il Premio Ubu. Nel corso del 2015 è stato ripristinato anche il circuito teatrale multidisciplinare e, grazie alla riforma del Fus, per la prima volta sono state riconosciute e sostenute con 164.000 euro 10 «residenze artistiche» come

luoghi di creazione e sperimentazione. Il finanziamento della Giunta regionale a festival, rassegne, coproduzioni liriche, compagnie e distribuzione di spettacoli è stato di 10.800.000 euro; 3,7 milioni in più rispetto al triennio 2012-14 per l'attuazione della Legge 13/99, in cui è compreso il contributo alla Fondazione Teatro Comunale di Bologna.

Il successo ottenuto dalla Legge sul cinema ha motivato la Giunta a iniziare a studiare anche una legge nel campo formativo-produttivo della musica.

Altro punto prioritario di mandato è l'internazionalizzazione della nostra offerta culturale e creativa. Nel 2015 sono stati promossi, in 51 Paesi di tutti i continenti, 230 eventi tra spettacoli, cinema, mostre, conferenze, manifestazioni, e sono stati sostenuti 50 progetti.

Massimo Mezzetti

Assessore Cultura Regione Emilia-Romagna

© RIPRODUZIONE RISERVATA

farlo anche con un certo entusiasmo. Del resto si accorpano le Confindustrie, si uniscono i Comuni, si aggregano le municipalizzate, si fondono le Asl, perfino la Regione opera ormai sulla base di «aree vaste»; non si vede perché solo le Camere di Commercio dovrebbero restare una questione di campanile. Qui non si tratta soltanto di risparmiare, di sburocratizzare, di migliorare l'efficienza nell'erogazione dei servizi. Tutti, peraltro, obiettivi nobilissimi. Si tratta soprattutto, dopo aver abolito le Province, di superare il provincialismo. Provincialismo significa avere in regione tre Fiere che si azzuffano, mentre Milano e Verona ci strappano clienti. O avere ancora tre aeroporti nel raggio di cento chilometri, più un quarto, Forlì, che tenta di ripartire, mentre in Toscana gli unici due, Firenze e Pisa, si sono già fusi. Negli aeroporti e nelle Fiere le Camere di Commercio sono quasi sempre gli azionisti di maggior peso. Potrebbero essere il motore di un processo di consolidamento. E invece così come sono, cioè espressione degli interessi di campanile, ne rappresentano il principale ostacolo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Fatti e scenari

Risiko bancario

Carisp Cesena rinnova il cda Tomasetti, ex Acea, al vertice

Tuttora numero uno dell'utility romana Acea, origini romagnole, ma di San Giovanni in Marignano, nel Riminese, l'avvocato Catia Tomasetti succede all'ingegner Tomaso Grassi alla presidenza di Carisp Cesena. Tomasetti è entrata infatti nel cda eletto dalla prima assemblea ordinaria dell'anno, a cui, giusto sette giorni fa, sono accorsi ben 611 soci. Il cda è completamente rinnovato, come consigliava l'esito dell'ispezione di Bankitalia del 2015, e ridotto a 9 membri, come da proposta delle tre Fondazioni detentrici di un 66,7% complessivo. Le Fondazioni hanno poi indicato come vicepresidente Carlo Comandini, ad di Vossloh-Schwabe Italia, e scelto come semplici consiglieri il legale faentino Giorgio Guerra; Andrea Ragagni, già dg di Banca di Imola e di due istituti sammarinesi; Francesco Caputo Nasseti, ex dirigente di Comit e Deutsche Bank; e infine i 73enni Lorenzo Frediani e Adolfo Zanucoli. I piccoli azionisti, invece, hanno optato per l'ad della Sais Fabrizio Ceccarelli e per Maurizio Brunelli, ex vicepresidente Pd della Provincia di Forlì-Cesena.

N. T.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Romagna La sede della Cassa di Risparmio di Cesena

Con un palazzo da 120 milioni

Maramotti trova casa a Milano nel Quadrilatero della moda

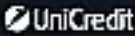
Settantacinquemila euro al metro quadrato per 1.600 metri quadrati. Uguale: 120 milioni di euro. È il prezzo pagato per l'edificio di sei piani al numero 15 di via Montenapoleone a Milano. Un record. Il venditore, l'immobiliare Ipi, lo pagò 50 milioni meno di tre anni fa, e pensava di ricavarne 100 quando, quattro mesi fa, l'aveva rimesso sul mercato lanciando un'asta fra una decina i pretendenti, tutti colossi internazionali della moda e del real estate. L'avrebbero spuntata invece gli italianissimi ed emilianissimi proprietari della Max Mara e del Credito Emiliano — nonché azionisti di peso di Unicredit — cioè la famiglia reggiana Maramotti. Gente di cui si parla poco nei salotti della finanza milanese, nonostante un patrimonio multimiliardario che li colloca tra i primi dieci «Paperoni» d'Italia. E da oggi gli unici italiani a scommettere su un mercato, quello degli immobili di grande prestigio, per il 70% riservato ai grandi investitori internazionali. Cosa che a Milano ha fatto ancor più scalpore.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LUI.S.IT

PAROLA CHIAVE: BOLOGNA FESTIVAL 2016

GRANDI INTERPRETI

Martha Argerich 
Manchester Camerata
Gábor Takács-Nagy

Budapest Festival Orchestra
Coro dell'Accademia di Santa Cecilia
Iván Fischer, Gerhild Romberger

Chamber Orchestra of Europe 
Vladimir Jurowski
Patricia Kopatchinskaja

Uri Caine Ensemble 

Jordi Savall 
Hespèrion XXI

Grigory Sokolov 

Stuttgart Barockorchester 
Kammerchor, Frieder Bernius

Europa Galante, Fabio Biondi 

Benjamin Grosvenor 

IL NUOVO L'ANTICO

America Novecento 
Ritratto d'artista: Ian Bostridge

TALENTI

Premio del pubblico 

DAL 15 MARZO

PRELAZIONE ABBONATI dal 26 gennaio **NUOVI ABBONAMENTI** dal 17 febbraio
VENDITA BIGLIETTI dall'8 marzo **ACQUISTO ONLINE** www.bolognafestival.it
BIGLIETTERIA Bologna Welcome Piazza Maggiore 1/E 051 231454 **INFO** Bologna Festival 051 6493397

XXXV EDIZIONE

Ministero per i Beni e le Attività Culturali, Regione Emilia-Romagna, Comune di Bologna, Fondazione del Monte, Fondazione Carisbo, UniCredit, Gruppo Hera, G.D., Carisbo, Banco S. Geminiano e S. Prospero, Luis.it, Datalogic, IMA, Galotti, Gruppo Industriale Maccaferri, PIR Group, Valsoia, Unindustria Bologna, BPER Banca, BRT Carriere Espresso, COOP Alleanza 3.0, Unipol Banca, Concommercio Ascom Bologna, Camst, Suono Vivo, Granarolo, Gabriella Berardi, QZ broker di assicurazioni, Casale Bauer, Palazzetto Bru Zane, Goethe Zentrum Bologna, media partner RAI Radio 3, CLASSICA HD su SKY canale 138, QN Il Resto del Carlino, Rete Toscana Classica, Magazzini Sonori